

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

1. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat kualitas produk wisata Sari Ater yang terdiri dari *attraction*/atraksi wisata, *aminities*/fasilitas, dan *accessibility*/aksesibilitas masuk kedalam kategori baik. Hal ini membuktikan bahwa pengelola Sari Ater sudah dapat memberikan kualitas produk wisata yang baik bagi para pengunjungnya terutama pada atraksi wisata.
2. Penelitian ini menemukan kepuasan pengunjung yang diukur dengan dimensi *product quality*, *service quality*, *emotional*, *price*, dan *cost* di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang masuk kedalam kategori baik. Dengan demikian penelitian ini mendapatkan simpulan bahwa pihak pengelola Sari Ater sudah mampu memberikan kepuasan kepada para pengunjungnya. Hal ini dikarenakan harapan mereka selama berwisata di Sari Ater *Hot Springs* Ciater subang sudah terpenuhi seperti, kualitas produk yang sudah baik dan optimal, tingkat pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan pengunjung, dan pengunjung mendapatkan pengalaman berwisata dengan kesan baik sehingga mereka merasa puas dan bangga saat mengunjungi Sari Ater.
3. Penelitian ini juga membahas mengenai loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang yang diukur dengan dimensi *repeat*, *retention*, dan *refferal*. Penelitian ini mendapatkan temuan bahwa loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang masuk kedalam kategori baik. Skor tertinggi terdapat pada dimensi *refferal*, hal ini dapat dilihat melalui pengunjung yang datang ke Sari Ater cenderung mengajak pihak lain untuk mengunjungi Sari Ater. Selain itu, sikap loyalitas lainnya ditandai dengan pengunjung yang memberi sikap untuk memberi saran kepada pihak pengelola Sari Ater apabila terdapat kekurangan pada aspek fasilitas, kebersihan, aksesibilitas, dll. Loyalitas ini juga didapatkan oleh Sari Ater ketika kepuasan pengunjung sudah terpenuhi.

4. Produk wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Hal ini menunjukkan produk wisata Sari Ater yang dirasakan pengunjung terbukti mempengaruhi kepuasan pengunjung. Berdasarkan temuan penelitian, ditemukan bahwa dampak produk wisata terhadap kepuasan pengunjung memiliki andil sebesar 53,4%, berada pada tingkat sedang, sementara 46,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelajahi dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa produk wisata memiliki potensi sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung.
5. Terkait variabel Produk wisata dan Loyalitas Pengunjung, Produk wisata berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Berdasarkan temuan penelitian, terungkap bahwa dampak produk wisata terhadap tingkat loyalitas pengunjung memiliki bobot sebesar 25,3%, tergolong dalam kategori rendah. Ini mengindikasikan bahwa meskipun secara individual produk wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung, dampaknya hanya mencapai tingkat rendah. Oleh karena itu, diperkirakan bahwa sebanyak 74,3% faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini memiliki peran dalam membentuk tingkat loyalitas pengunjung.
6. Terkait variabel kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung, diketahui bahwa variabel kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa hubungan antara tingkat kepuasan pengunjung dengan tingkat loyalitas pengunjung memiliki dampak sebesar 25,1%, yang termasuk dalam kategori rendah. Faktor kepuasan sendiri juga hanya menunjukkan dampak yang rendah ketika secara langsung diteliti dalam hubungannya dengan loyalitas pengunjung. Oleh karena itu, diperhitungkan bahwa sebesar 74,9% pengaruh dari faktor-faktor lain terhadap tingkat loyalitas pengunjung tidak dijelajahi dalam penelitian ini.
7. Dampak produk wisata terhadap tingkat loyalitas pengunjung yang dihubungkan melalui variabel kepuasan pengunjung sebagai perantara, temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa produk wisata memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung dengan perantara kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian ini, dapat diamati bahwa besarnya pengaruh variabel produk wisata terhadap tingkat loyalitas pengunjung, yang disampaikan melalui kepuasan pengunjung sebagai perantara, mencapai 50,4% dan termasuk dalam kategori sedang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pengunjung Di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang, maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan, diantaranya sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Pengelola

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa loyalitas pengunjung dapat dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung dan produk wisata. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pengelola perlu selalu menjaga kualitas dari produk wisata yang ada agar dapat menjaga kepuasan pengunjung sehingga nantinya akan menumbuhkan niat loyal para pengunjung atau niat untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan Sari Ater kepada orang-orang terdekatnya.

Berdasarkan dimensi dengan nilai skor atau persentase terkecil pada variabel produk wisata yaitu pada dimensi fasilitas dengan indikator kesesuaian fasilitas dengan harapan pengunjung, pengelola diharapkan melakukan penambahan fasilitas dengan cara memberikan survey kepada para pengunjung terkait fasilitas apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh para pengunjung. Kemudian pada dimensi aksesibilitas dengan indikator keterawatan kondisi jalan yang ada di Sari Ater, pengelola diharapkan dapat melakukan kerjasama dengan pihak terkait untuk melakukan pemeliharaan kondisi jalan yang ada disekitar area Sari Ater.

Terkait variabel kepuasan pengunjung nilai skor atau persentase terkecil berada pada dimensi *price*/harga terkait dengan kesesuaian harga dengan fasilitas dan aktivitas wisata yang didapatkan oleh pengunjung. Dalam hal ini pengelola diharapkan untuk dapat membuat agar harga tiket yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan aktivitas wisata yang ada, sebagai contoh tiket

yang didapat oleh pelanggan sudah termasuk dengan kolam rendam + makanan ataupun kolam rendam + gazebo.

Terkait variabel loyalitas pengunjung nilai dengan persentase skot terkecil berada pada dimensi *retention* terkait dengan ketahanan pengunjung untuk tidak tertarik dengan destinasi lain yang serupa. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke Sari Ater masih tertarik untuk mengunjungi wisata pemandian air panas yang serupa. Untuk dapat membuat pengunjung tidak tertarik dengan wisata yang serupa maka pengelola Sari Ater diharapkan dapat membuat Sari Ater lebih menarik dan lebih berbeda daripada pemandian air panas lainnya, seperti membuat keunikan tersendiri yang tidak ada dipemandian air panas lainnya. Hal ini dapat membuat para pengunjung tidak akan menemukan keunikan tersebut di pemandian air panas lain sehingga menimbulkan akan tidak tertarik untuk mengunjungi wisata pemandian air panas lain.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada ukuran sampel yang terbatas. Dalam penelitian ini hanya melibatkan 150 responden dan mayoritas hanya mencakup kategori usia remaja akhir sebagai sampel. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan mewakili seluruh kategori usia agar dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif dan menyeluruh serta dapat menghasilkan hasil temuan yang lebih akurat dan representatif. Selanjutnya, penelitian ini hanya menghasilkan pengaruh total antar variabel 50,4%, masih ada epsilon atau faktor lain yang dapat diteliti. Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mencari temuan terkait faktor lain yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pengunjung seperti variabel pengalaman pengunjung ataupun citra destinasi dan lain sebagainya.