

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan responden terhadap *service quality* yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* mendapat penilaian yang cukup tinggi. Dimensi *assurance* mendapatkan nilai persentase tertinggi karena fasilitas, staf, dan informasi yang diberikan oleh Dago Dreampark dapat diandalkan dan memenuhi standar yang wisatawan harapkan. Wisatawan merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan apa yang dijanjikan. Nilai terendah terdapat pada dimensi *tangibles*, hal ini dicermati karena Desain dan tampilan fisik Dago Dreampark terkesan monoton atau kurang menarik dibandingkan dengan tempat wisata lain.
2. Tanggapan responden mengenai *revisit intention* sudah mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Dimensi *intention to recommend* mendapatkan nilai persentase tertinggi karena *intention to recommend* Dago Dreampark Bandung menunjukkan bahwa destinasi telah berhasil menciptakan pengalaman berkunjung yang memuaskan bagi wisatawan dan membangun reputasi yang baik. Dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, Dago Dreampark dapat terus meningkatkan tingkat rekomendasi dan membangun basis wisatawan yang loyal.
3. Berdasarkan hasil pengolahan, secara simultan *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* dan secara parsial keseluruhan dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *service quality* terhadap *revisit intention* sebagai berikut:

1. Pada variabel *service quality* subvariabel *tangibles* mendapat skor paling rendah, meskipun tidak mendapatkan nilai tertinggi, Dago Dreampark perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kondisi fisik fasilitas dan melakukan perbaikan serta peningkatan yang diperlukan.
2. Pada variabel *revisit intention* penilaian terendah pada subvariabel *intention to revisit*, hal ini merupakan sinyal bahwa masih ada ruang untuk perbaikan di Dago Dreampark Bandung. Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif, mengumpulkan umpan balik tamu, dan melakukan perbaikan yang berkelanjutan, Dago Dreampark dapat meningkatkan tingkat kualitas pelayanan dan meningkatkan peluang wisatawan untuk kembali berkunjung.
3. Berdasarkan hasil analisis yang membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, peneliti menyarankan agar pihak Dago Dreampark Bandung dapat memanfaatkan peluang ini dengan sangat baik. Maka dari itu pihak Dago Dreampark Bandung diharapkan dapat terus memperhatikan dan meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan melalui *service quality*.

Temuan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesempatan untuk penelitian selanjutnya, Oleh karena itu peneliti merangkumnya sebagai berikut:

1. Dengan adanya beberapa kekurangan dalam penelitian ini, maka membuka kesempatan untuk lebih mendalami penelitian mengenai penerapan *service quality* di destinasi wisata dengan membandingkan studi yang sudah ada agar membantu dalam membandingkan studi-studi yang sudah ada dari tahun ke tahun dengan memperhatikan perbedaan dan persamaan dari studi tersebut.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti lebih banyak artikel dan juga dengan membuat pertanyaan yang berbeda dan lebih variatif agar hasil penelitian dalam lebih mudah untuk di generalisasi. Sehingga dapat

membantu *stakeholder* dalam merancang dan menyusun pengembangan strategi yang efektif dalam meningkatkan *service quality* di suatu destinasi wisata.

Penelitian ini tentunya masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga untuk penelitian di masa yang akan datang penulis menelusuri implikasi dan hubungan antara *service quality* terhadap *revisit intention*, serta mengambil penelitian dan pembahasan yang berbeda. Tentunya dapat ditingkatkan dan dikembangkan, terutama pada objek dan kawasan pariwisata lainnya.