

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif antara dua variabel yaitu *the attraction of tour* dan kepuasan wisatawan dengan teknik analisis data regresi berganda dapat disimpulkan bahwa:

1. *The attraction of tour* merupakan salah satu strategi untuk menarik minat wisatawan menggunakan jasa perjalanan wisata dan memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang menggunakan jasa perjalanan wisata melalui pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan kapabilitas suatu agen perjalanan wisata dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisatanya. Didalam strategi *the attraction of tour* terdapat beberapa sub variabel yang menjadi faktor pendorong wisatawan untuk menggunakan jasa perjalanan wisata dan merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa perjalanan wisata yang diinginkan, salah satunya ada *price, expertise, convenience* dan *access* yang membuat wisatawan tertarik untuk menggunakan jasa perjalanan wisata dikarenakan kemenarikan harga, kenyamanan, kesiapan karyawan dalam melayani, dan berbagai macam opsi pilihan daerah tujuan wisata yang dapat dituju oleh wisatawan, hal tersebut juga dapat menimbulkan kepuasan wisatawan setelah menggunakan jasa perjalanan wisata dengan melihat kesesuaian harga yang dibayar dengan fasilitas yang diberikan, pelayanan yang diberikan dan kenyamanan yang dirasakan oleh wisatawan saat melaksanakan kegiatan berwisatanya.
2. Kepuasan wisatawan di TJP Seratour mendapatkan penilaian yang baik sesuai dengan garis kontinum. Kepuasan wisatawan mengadopsi teori dari kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2012).
3. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *the attraction of tour* yang terdiri empat dimensi yaitu *price, expertise, convenience* dan *access* terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa perjalanan wisata di TJP Seratour. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa strategi *the attraction of tour* yang diterapkan di TJP Seratour memiliki nilai positif dan sudah tercipta dengan baik sehingga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan setelah menggunakan jasa perjalanan wisata di TJP Seratour.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut guna kemajuan dan keberhasilan TJP Seratour dalam mencapai tujuan perusahaan terutama mengenai kepuasan wisatawan yang dapat dilakukan oleh pengelola:

1. Mempertahankan strategi yang telah diterapkan terutama *Expertise & Convenience* yang mendapatkan penilaian tertinggi dari responden
2. Meningkatkan strategi yang dinilai masih lemah dalam meningkatkan kepuasan wisatawan
3. Secara umum wisatawan yang menggunakan jasa perjalanan wisata di TJP Seratour merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa perjalanan wisata di TJP Seratour, akan tetapi tidak ada salahnya juga untuk perusahaan meningkatkan kualitas dari beberapa aspek yang mampu mempengaruhi kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa perjalanan wisata di TJP Seratour, salah satunya adalah merekrut karyawan yang lebih berpengalaman dalam bidangnya, baik karyawan yang bertugas di kantor maupun di lapangan, meningkatkan jaringan kerjasama antar penyedia jasa pariwisata lainnya seperti daerah tujuan wisata, penyedia jasa transportasi, hotel dan yang lainnya guna memberikan kenyamanan dan pelayanan yang baik kepada wisatawan sehingga wisatawan akan merasa lebih puas ketika menggunakan jasa perjalanan wisata.
4. Kepuasan wisatawan yang telah diciptakan oleh TJP Seratour sudah dalam kategori baik, dalam penelitian ini pun dapat dilihat bahwa penilaian wisatawan mengenai kepuasan wisatawan di TJP Seratour telah mencapai kategori baik seperti yang ditunjukkan dalam garis kontinum dalam penelitian ini, oleh karena itu pihak perusahaan harus mempertahankan hal tersebut, dan

alangkah lebih baiknya jika perusahaan meningkatkannya dan memberikan hal – hal baru untuk mendorong kepuasan wisatawan.

5. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang cukup tinggi antara *the attraction of tour* terhadap kepuasan wisatawan, sehingga akan lebih baik apabila pihak perusahaan dapat mempertahankan bahkan mengembangkan faktor – faktor lainnya yang dapat menciptakan kepuasan wisatawan untuk mendorong penciptaan kepuasan wisatawan lebih baik lagi dan menambah kredibilitas dan memajukan perusahaan karena memiliki pelayanan dan produk terbaiknya dibenak wisatawan.