

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, sesuai dengan tujuan penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Secara keseluruhan *venue quality* sangat berpengaruh pada *sport tourist satisfaction* terutama pada Gardenice dikarenakan *venue quality* merupakan modal utama dari penjualan produk di Gardenice yang mencakup interaksi, lingkungan, dan nilai. Seperti yang dipaparkan oleh Shonk bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Venue Quality* yang terdiri dari *interaction, experience, dan value*, terhadap *sport tourist satisfaction*.
2. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan partisipan di Gardenice PVJ terhadap *venue quality* cukup tinggi. Shonk mengemukakan bahwa *Venue Quality* dan berkontribusi pada *Sport Tourist Quality* yang akan sangat memengaruhi kepuasan partisipan. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada sub variabel *environment* hal ini karena item ini sangat esensial dalam sebuah pariwisata olahraga ini. Hal ini disebabkan oleh Gardenice yang mampu menciptakan kualitas yang sesuai dengan persepsi wisatawan di Gardenice yang bersifat mendasar dan menyeluruh. Persepsi yang bersifat mendasar dan menyeluruh adalah keindahan, keunikan, keamanan, dan kebersihan.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *venue quality* Gardenice PVJ yang terdiri dari *Interaction, Environment, dan Value* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan partisipan wisata olahraga di Gardenice PVJ. Tingkat kualitas *interaction* antara staff menciptakan sebuah kenyamanan

dalam sebuah *service* pariwisata yang memang seharusnya *hospitable*, kualitas dari *environment* juga memberikan kenyamanan dan juga sangat menghibur bagi partisipan khususnya yang baru pertama kali datang. *Value* dalam konteks harga sangat sebanding dengan manfaat yang didapat oleh partisipan dan hal tersebut juga tidak kalah penting untuk menambah kepuasan pengunjung. Hal tersebut juga didasari oleh Zeithamel et.al bahwa kualitas pelayanan, seperti yang dirasakan oleh pelanggan, dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan antara harapan pelanggan atau keinginan dan persepsi mereka

5.2 SARAN

Meskipun *venue quality* di Gardenice cukup baik, hal tersebut harus terus diperhatikan dan terus diperbaiki agar kualitas dari *service* maupun produk yang ditawarkan tidak mengalami penurunan kualitas. Maka dari itu, penulis mencoba memberikan saran yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Gardenice sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai *venue quality* yang dirasakan di Gardenice PVJ yang terdiri dari *Interaction*, *Environment*, dan *Value*. Ketiga sub variabel yang telah dipaparkan oleh Shonk tersebut perlu dijadikan apresiasi serta menjadi bahan evaluasi bagi Gardenice PVJ agar selalu melakukan peningkatan terhadap kekurangan yang ada terutama peningkatan dari segi *value*.
2. Implementasi *venue quality* yang diterapkan di Gardenice PVJ melibatkan banyak hal seperti interaksi antara staff *front office/skating school* ketika melakukan pembayaran, kemudian saat registrasi untuk menggunakan pelatih dalam aktivitas *iceskating*. Penulis menyarankan agar pihak manajemen harus melakukan training pada pelatih agar pelatih bisa lebih baik mengajarkan

partisipan dalam bermain *ice skating* karena meskipun pelatih tersebut mahir dalam olahraga ini namun ketika pelatih tidak bisa berkomunikasi dengan baik kepada partisipan tentu itu akan memberikan *image* yang buruk pada staff terutama *coach*.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa partisipan sudah cukup merasa puas dengan implementasi *venue quality* di Gardenice PVJ yang terdiri dari *Interaction*, *Environment*, dan *Value*. Namun yang perlu ditingkatkan adalah dari segi *Value* karena dari sub variabel ini tidak kalah penting seperti manfaat yang didapat harus sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkan maupun dikorbankan karena hal ini juga akan memberikan cukup banyak pengaruh mengenai kepuasan partisipan.
4. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah salah satunya objek yang diteliti hanya satu di Bandung sehingga peneliti tidak bisa memberikan perbandingan terhadap *icerink* yang lain, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar meneliti tentang *venue quality* namun diseluruh *icerink* di Indonesia mengingat *icerink* di Indonesia tidak terlalu jauh dan masih di daerah Bandung, Jakarta, dan Bintaro.