

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Adapun Dimensi kualitas pelayanan yang mendapat penilaian tertinggi adalah *tangibility* dengan persentase sebesar 76,24% sedangkan penilaian terendah adalah *responsiveness* dengan persentase 71,38%. Dapat disimpulkan bahwa indikator yang ada dalam dimensi *tangibility* dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan.
2. Indikator Kepuasan wisatawan yang mempunyai penilaian tertinggi adalah kualitas produk lukisan dengan persentase sebesar 7,18% sedangkan penilaian terendah adalah harga tiket dengan persentase 6,30%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas lukisan di Amazing Art World memberikan kepuasan bagi wisatawan sedangkan harga masih dinilai kurang terjangkau.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 19%, selain itu Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai b 0,4087977 berarti jika variabel X naik 1 skor maka variabel Y akan bertambah 0,4087977 kali. Artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan wisatawan, semakin naik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan wisatawan.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini menyesuaikan dengan pembahasan Kualitas Pelayanan yang terdapat di Amazing Art World Bandung. Berikut adalah saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak Amazing Art World Bandung dan saran bagi penelitian selanjutnya untuk menciptakan kepuasan wisatawan di Amazing Art World Bandung, sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan skor kualitas pelayanan di Amazing Art World bernilai tinggi, namun perlu ditingkatkan dalam dimensi *responsiveness* / daya tanggap karyawan yang masih sedikit perlu diperbaiki agar wisatawan bisa lebih merasa puas dengan cara mengadakan training pada karyawan, sehingga karyawan tanggap dalam menghampiri setiap pengunjung yang datang, memberikan informasi yang akurat, memberikan penjelasan yang jelas tentang Amazing Art World, dan membantu pengunjung yang menemui masalah.
2. Dalam Kepuasan Wisatawan secara keseluruhan sudah bernilai tinggi, namun peneliti memberikan saran agar wisatawan lebih puas maka harga perlu sebanding dengan apa yang didapatkan oleh wisatawan. Dalam hal ini mungkin pihak terkait perlu menambah daya jual atau memberikan promosi bekerjasama dengan pihak pihak luar sehingga tidak rugi dalam memberikan promosi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencoba meneliti dimensi kualitas pelayanan lainnya yang tidak tersedia dalam penelitian ini, agar kepuasan wisatawan lebih meningkat.