

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Carocok Painan. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Pantai Carocok Painan.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Pantai Carocok Painan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Pantai Carocok Painan.

#### **5.2 Implikasi Hasil Penelitian**

Hasil ini diharapkan dapat menjadi implikasi dan pedoman serta masukan bagi pemerintah terutama Dinas Pariwisata Kota Painan.

Pengembangan wisata di kawasan Objek Wisata Pantai Carocok Painan tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan wisata tersebut sebagai daya tarik wisata, harga, dan kualitas pelayanan saja, akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terlibat seperti pemerintah sebagai pemegang kebijakan, lembaga dinas pariwisata sebagai lembaga yang menaungi berbagai jenis pariwisata di Kota Painan, dan juga memberikan kontribusi

dalam ilmu geografi serta pembelajaran geografi.

Maka berikut implikasi dari penelitian ini:

1. Implikasi Penelitian bagi Pemerintah Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berpengaruh terhadap keputusan pengembangan wisata di Pantai Carocok Painan. Telah diuraikannya indikator-indikator dari setiap parameter yang memiliki peranan penting dalam pariwisata namun masih kurang daya dukung yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah (Dinas Pariwisata) sebagai instansi pemilik wisata untuk meningkatkan dan membenahi setiap indikator yang dianggap kurang memenuhi standar pariwisata, dan memanfaatkan secara optimal indikator yang memiliki daya dukung tinggi sebagai suatu potensi untuk kemudian dikembangkan dengan inovasi-inovasi baru sebagai daya tarik wisata.
2. Selanjutnya yang harus diperhatikan dalam penelitian ini adalah harga bagi semua wisatawan Pantai Carocok Painan dengan adanya kesesuaian harga yang ditawarkan oleh pihak Pantai Carocok Painan agar terhindar dari keluhan orang yang berkunjung di masa yang akan datang.
3. Hal lainnya yang harus diperhatikan seperti kualitas pelayanan yang ada di Pantai Carocok Painan. Meskipun saat penelitian ini berlangsung variabel kualitas pelayanan tergolong ke dalam kategori baik, namun pihak pengelolaan harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk mendukung hal tersebut pemerintah Kota Painan diharapkan terjun langsung ke lokasi terutama Dinas Pariwisata untuk mengecek kondisi Pantai Carocok.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki kedepannya.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Data yang diperoleh masih terbatas karena penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner responden.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya terbatas yaitu 85 sampel, sehingga hanya bisa menggambarkan sebagian dari fakta yang terjadi di lapangan.

### **5.4 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
2. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
3. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito dan Khasanah, Imroatul. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- A, Parasuraman. 2001. The Behaviorial Consequenses of Service Quality, Jurnal of Marketing, Vol 60.
- A.J Muljadi dan Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Agbor, J.M. (2011). The relationship between customer satisfaction and service Quality: A study of three services sector in Umea. *Master Thesis Umea School of Business*.
- Agyapong, G. K. (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vocado (Ghana). *International Journal of Business ans Management Review*, 3 (8). Hal 217-224. Diunduh dari <http://Proquest.com>.
- Ahmad J, Khan S, Iqbal D. 2013. *Evaluatuion of Antioxidant and Antimicrobid Activity of Ficus carica*. India: An open access journal of Pathology & Microbiology, ISSN: 2157-7471, JPPM.
- Ali, Muhammad. 2014. *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aninditia, Pritta dan Yuliati, Retno. 2017. “Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan”. Symposium Nasional Akuntansi XX, Jember, 2017. Universitas Prasetiya Mulya.
- Aprilia, Eka Rosyidah. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*. 51 (2). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Arikunto. Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan. Diakses di [berita.pesisirselatankab.go.id](http://berita.pesisirselatankab.go.id)Engel. Dalam prayogan. 2014.
- Ari Prasetio, 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Manajemen Analisis Jurnal. Vol. 4, No. 14, Page 4 – 30.
- Alvianna, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2 (1), 1-12.
- Barkah, Agung dkk. 2020. “Analisis Implementasi Metode Pembelajaran Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Mata pelajaran PKN”. Jurnal penelitian Pendidikan.
- Basiya, dan Hasan A. R. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Dinamika*

Kepariwisata, (on-Line), Vol. 11 No. 2 diakses melalui <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715/629> pada tanggal 24 februari 2020.

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Fandy. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ferninda Manoppo, (2013). Kualitas Pelayanan, dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulagi Manado*.

Forozia, A., Zadeh, M. S., & Gilani, M. H. 2013. *Customer Satisfaction In Hospitality Industry: Middle East Tourists At 3 Star Hotels In Malaysia*. Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology, 5 (17). 4329 -4335.

Hasan Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS. (Center For Academic Publishing).

Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2 nd ed.) Thousand Oaks: SAGE.

Hardiyanti, Ratih. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran", Skripsi dipublikasikan. Universitas Diponegoro. Semarang.

<https://amp.kompas.com/regional/read/2021/11/24/173623678/pengunjung-objek-wisata-pantai-carocok-pesisir-selatan-membludak-imb>

<https://www.ngetrip.my.id/2022/04/pantai-carocok-painan.html>

<http://www.kumpulansejarah.my.id/2013/08/sejarah-asal-usul-awal-pantai-carocok.html>

Ismayanti. (2009). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo

Kamra, K. K. 1997. *Tourism: Theory, Planning and Practice*, New Delhi: Indus Publishing Company.

Khotler. Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT Indeks

Kotler dan Amstrong, Gary (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawa, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari. Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kue, Te Nien: Kuo-Chien Chang: Hui-Hsiung Huang, And Jui-Chou Lin. 2014. *The*

*Effect Of Destination Image On Tourist Loyalty In Kinmen Battleffied Tourism: The Mediating Role Of Tourist Satisfaction And The Moderating Roles Of Tour Guide Interpretation Performance And Perceived Value.* The Journal Of American Academy Of Business. Cambridge. 20 (1). 157-163.

Lapian, Stephany Qw, Silvy Mandey, And Sjendri Loindong. "Pengaruh Advertising Dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 3, No. 3 (2015).

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

Nykiel, A. R. 2007. *Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism*. New York: The Hawort Hospitality & Tourism Press.

Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.

Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.

Pendit, Nyoman S. (1994). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Pitana, I G., Gayarti, PG. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.

Pitana, I., & Diarta, K. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

Prayag. G. 2012. *Paradise For Who? Segmenting Visittors Satisfaction With Cognitive Image And Predicting Behavioural Loyalty*.

Prastiwi, F. D., & Farida, N. (2016). Pengaruh Daya Tarik dan Word of Mouth terhadap Kunjungan Ulang melalui Kepuasan. *Universitas Diponegoro*.

Prayog. 2008. Dalam Coban . 2012

Radionsunu. 2013. *Manajemen pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE.

Ramseook-Munhurrun, P., Seebaluck, V., dan Naidoo, P. (2015) Examining The Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satification And Loyalty: Case of Mauritius. *Proca-Social and Behavioral Sciences*, 175.

Riantika, Irma. 2016. "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Daya Tarik dan

Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Curug Sidoharjo."

Sarwoko, Endi. 2011. Kajian Empiris *Entrepreneur Intention* Mahasiswa. *Jurnal EkonomiBisnis*, 16 (2): h:314-323.

Saway, Winny Virginia, Alvianna, Stella, Lasarudin, Alwin, & Hidayatullah,

Syarif. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir

Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung.

Jurnal Pariwisata Budaya: *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*,

6 (1), 1-8.

Sayangbattil, Dilla Pratiyudha, dan M. Baiquni, 2013. “*Motivasi dan persepsi wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali di kotawisata Batu.*” Jurnal Nasional pariwisata, volume 5, Nomor 2.

Spillane, J. J. (1987) *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7 jilid Erlangga.

Jakarta. Sugiyanto. (2013). *Model-Model pembelajaran Inovatif*. Jakarta : Yuma.

Sugiyanto. (2013). *Model-model pembelajaran Inovatif*. Jakarta: Yuma.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta. CV

Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka. Cipta. Tjiptono,

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Andi Offset Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Cetakan ke-3. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Andi.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta. Andi .

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. “*Undang-Undang Republic Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*an”. Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2016 dari



<http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>

Vivianli Liu (2016). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana Cafe terhadap Kepuasan konsumen (studi di Goebox yogyakarta).

Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Yoeti.

Okta A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Zainuri. Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: E-Gov Publishing.

Zeithaml, Valerie, (1998), ‘‘consumer perceptions of Price, Quality, and Value:

*A Means – End Model and Synthesis of Evidence*’’, journal of marketing, vol. 52, p.2 – 22.

Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner, Dwayne D Gremler. (2006), *Services Marketing :*

*Integrating Customer Focus Across the Firm (4<sup>th</sup> edition)*. Singapore : Megraw Hill.

Zikmud.

Mc

lead

oktavia.

2015