

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan secara empiris pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai mediasi dengan jumlah responden sebanyak 205 orang wisatawan pada destinasi wisata Lawang Park. Setelah melalui tahapan analisis dan pengujian hipotesis didapat kesimpulan yang dirangkum sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata Lawang park.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata Lawang park.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Lawang park.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata Lawang park.
5. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata Lawang park.
6. Harga yang dimediasi kepuasan wisatawan tidak berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata Lawang
7. Kualitas pelayanan yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap terhadap loyalitas wisatawan Lawang Park.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi destinasi wisata Lawang Park. Hasil penelitian ini menunjukkan Loyalitas wisatawan dalam kategori cukup loyal, meskipun demikian maka pada masa yang akan datang masih perlu ditingkatkan dari cukup loyal menjadi sangat loyal.

Dalam upaya meningkatkan loyalitas wisatawan, berkaitan erat dengan kepuasan wisatawan. Sebagaimana yang dijelaskan dari penelitian ini bahwa kepuasan wisatawan termasuk dalam kategori puas. Meskipun demikian untuk masa yang akan datang masih perlu agar ditingkatkan menjadi sangat puas. Dengan memperhatikan item pernyataan yang masih rendah diantaranya adalah :

- 1) Wisatawan merasakan bertambahnya pengetahuan baru saat berkunjung.
- 2) Wisatawan merasakan senang ketika berkunjung.
- 3) Wisatawan merasakan pengalaman yang tak terlupakan.
- 4) Wisatawan mendapatkan pengalaman baru ketika berkunjung ke Lawang Park.

Dalam penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dari penelitian ini juga disebutkan bahwa harga yang ditetapkan termasuk dalam kategori cukup baik. Meskipun demikian untuk masa yang akan datang bahwa harga yang telah ditetapkan agar menjadi kriteria sangat baik antara lain adalah : 1) keterjangkauan harga 2) Tarif sesuai kualitas pelayanan 3) Tarif yang kompetitif 4) Tarif sesuai dengan manfaat yang dirasakan/diterima.

Dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori baik. Meskipun demikian

diharapkan agar ditingkatkan menjadi sangat baik, dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah sesuai dengan item pernyataan yang diberikan kepada wisatawan antara lain: 1) Memperhatikan kebersihan toilet dan menambah toilet di beberapa area. 2) Menambah tempat sampah di beberapa area. 3) Mempermudah proses booking layanan seperti dari sosial media dan aplikasi lain agoda dan lain lain. 4) Memberikan keleluasan jam operasional berwisata. 5) Memperhatikan kesopanan petugas. 6) Adanya kesesuaian informasi tempat wisata seperti dari informasi sosial media instagram dan aplikasi lain seperti agoda dan lain-lain. 7) Pelayanan yang memadai, dalam hal ini diharapkan tersedianya obat-obatan, P3K dan petugas kesehatan. 8) Cepat tanggap menanggapi keluhan wisatawan. 9) Memberikan keamanan wisatawan saat berkunjung. 10) Memiliki keterampilan dalam hal melayani wisatawan

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada destinasi wisata Lawang park, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama destinasi wisata lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada destinasi wisata lain.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang mempengaruhi loyalitas yaitu harga dan kualitas pelayanan yang di mediasi oleh kepuasan wisatawan. sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi

mempengaruhi loyalitas wisatawan masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut ke dalam model penelitiannya seperti contoh : tempat, promosi, citra destinasi word of mouth dan lain sebagainya.

3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 205 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Celill Cakici, Y. akgunduz & O. Y. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>
- Adhika Sugato Kalyana Puthijjana, I. W. S. & N. M. O. karini. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke bounty. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 20(1), 49–61.
- Agung Kresnamurti Rivai P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 10, No. 1, 2019* <Http://Doi.Org/10.21009/JRMSI> e-ISSN: 2301-8313, 8(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Agung Kurniawan, D. amboningtyas & A. S. (2021). The Influence of Service Quality, Price and Brand Image on Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as mediating Variable. *Journal of Management. ISSN: 2502-7689*, 8(2), 1–20. file:///C:/Users/Asus/Documents/Tugas Tugas Sem 5/Metopen/Perancangan Key Performance Indicators (KPI) pada Divisi Kontruksi PT XYZ Menggunakan Performance Prism.pdf
- Al Agus Kristiadi, S. S. A. P. (2018). Pengaruh harga, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan siswa/i bersekolah di smk (smip) taman wisata cileungsi kab.bogor. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 13(1), 51–59.
- Albari & Atika Kartikasari. (2019). The influence of product quality, service quality and price on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1).
- Ananda, I. P. S. N., & I Made Jatra. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6782. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p20>
- Anggaraeni, I. S. & F. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal of Reflection*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Arif, D., Moh Eka Febrianto &, & Gatot, M. (2021). *Pengaruh desain produk, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepatu specs*. 4(1).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Benklah, J. Q., Sri Rahayu &, & Trisniarty AM. (2022). Pengaruh Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Rekreasi Air Buatan (Waterpark) Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(3), 129–141. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i3.861>
- Delvia Safitri and Annur Fitri Hayati. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Abstract : This study objectives to determine and analyze the effect of price and service quality on customer loyalty thro. *Jurnal UNP Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi*

Universitas Negeri Padang, Indonesia Vol. 5 No. 1, 2022 Page 25-36, 5(1), 25–36.

- Dewi, I. M. B. Y. & N. D. U. (2023). *Memprediksi Loyalitas Wisatawan Di Desa Wisata Penglipuran Melalui Community Based Tourism dan Kepuasan*. 4(4), 1986–1992.
- Dilla, S. F., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 599–608. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28922>
- Djunaedi, Fariansyah Hassan Basrie, A. R. L. & P. V. (2022). Dampak Citra Destinasi , Faktor CRM dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Gunung Kelud pada Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Manajemen AT-TADBIR*, 6(1), 26–40. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5801>
- Eko Yuli Waluyo, S., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 833–852. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.445>
- Faeni, R. P., & Faeni, D. P. (2019). Effect of price, promotion, and facilities to customer satisfaction in using the service event management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2 Special Issue 4), 810–814. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1163.0782S419>
- Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship* <Http://Jurnal.Shantibhuana.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/Bee> JBEE Volume 5, No 2, 2023 ANALISIS, 5(2).
- Fornell & Larcker, D. . (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18.
- Griffin, J. (1997). *customer loyalty, How to Earn It How to Keep It*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hartono, S. M. (2023). *Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Antavaya Tour and Travel Jakarta*. 13(April), 20–30.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS.
- Hermanto, T. A., Moelyati, T. A., & Fitantina, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *Motivasi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32502/mti.v7i1.4124>
- Hughes, A. middleton. (2003). *The Customer Loyalty Solution*.
- Indra Perdana Wibisono, REbecca Prananta, Pramesi Lokaprasidha, M. A. N. & S. W. (2023). Analisis pengaruh destination image, perceived value, dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata

- di Banyuwangi. *Gema Wiralodra*, 14(1), 190–200.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 191. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Juansya, J., Rahayu, S., & Tobari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(4), 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (12th ed., Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kuswandi, D., & Nuryanto, G. (2021). *Pengaruh, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening*. 2(10), 1705–1722.
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28797>
- Lesmana, Rosa, A. S. & N. sunardi. (2021). Open Access Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 3, 38–45.
- Lesnussa, Y. R. A., Mao, T. Y., & C. W. L., & Chi Huang shih. (2021). The effect of service quality, price and promotion on customer satisfaction in pegipegi.com. *2021 IEEE International Conference on Social Sciences and Intelligent Management, SSIM 2021, November*. <https://doi.org/10.1109/SSIM49526.2021.9555193>
- Liu, Y. (2020). How does brand loyalty interact with tourism destination? Exploring the effect of brand loyalty on place attachment. *Annals of Tourism Research*, 81, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102879>
- Lovelock, C. H. & W. J. (2016). Services marketing. In *The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Lusiah, D. N. & A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Martin, D., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Adidaya Digital Printing Bandung. *Journal of Management*, 3(1), 30–48.
- Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif

- Argo Sindoro PT. KAI DAOP IV Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–10.
- Ni Luh Lisa Wulandari, I. M. K. N. & L. G. L. K. D. (2016). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Wisatawan Pengguna Layanan Booking.Com. *Jurnal IPTA*, 4(2), 88. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p18>
- Parasuraman, Zeithaml, D., & Berry. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL instrument. *Journal of Retailing*, 67(4), 420–450.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada E- Commerce Shopee*. 1(2), 537–553.
- Pioh, D. E., & Amelia, R. (2021). The effect of price corporate image customer loyalty with customer satisfaction HR expo (PT Intipesan Pariwara). *Journal of Hospitality & Tourism Innovation*, 1(1), 22–35.
- Pramesti, I. A. chintia and, & Widagda, I. G. N. J. A. (2021). The Role of Customer Satisfaction Mediates Customer Relationship Management And Quality of Service To Customer Loyalty of Garuda Indonesia Domestic Airline. *International Journal of Economics and Management Studies*, 8(11), 66–74. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v8i11p109>
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Sangkay, R. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Grab Car (Studi Pada Pengguna Jasa Grab-Car Di Kec. Wenang Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1375–1385.
- Sefnedi. (2020). The Mediating Effect of patient satisfaction on the relationship Between Service Quality, Hospital Image, Trust and Patient Loyalty: Evidence from Indonesia. *Thomson Reuters*, 9(2), 40–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3695689>
- Septiani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(10), 627–638. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>
- Sirait, D. P. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (The Effect Of Relationship Management And Service Quality On Customer Satisfaction). *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 79–85.
- Sudigdo, A., & Taufik, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 137–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i02.191>
- Sugijama, A. G. (2020). *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty*. November 2017. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Sugistianto, P. and, & Ispriyahadi, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai variabel

- Intervening. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 92–106. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.203>
- Sugita, I. G. N., Artana, I. W. A., & Wiantara, I. G. N. (2019). *PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI SWISS-BELINN LEGIAN HOTEL*. 8(2), 81–89.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyono, S., & Pahlamalidie, N. (2021). The effect of product quality, price, and personal selling on customer satisfaction and loyalty of herbalife customers. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 4(1), 143–156. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v4i1.40>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Utami, A. R. and, & Farida, F. (2020). Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pengguna Perahu Motor Kayu ke Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 19. <https://doi.org/10.22146/jnp.54012>
- Utami, F. & A. R. (2018). Kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas wisatawan pulau tidung kepulauan seribu. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(1), 64–70.
- Widiastuti, R. D. (2017). *ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN KOTA BANDUNG BERDASARKAN*. 4(3), 2458–2468.
- Widyo Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>
- Zamzuri, H. (2019). *PENGARUH DESTINATION IMAGE, TRAVEL MOTIVATION, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN (STUDI KASUS PADA WISATAWAN NUSANTARA MUSLIM DI DESA WISATA HALAL SETANGGOR LOMBOK TENGAH)*.
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.