

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian. Berikut ini akan dikemukakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung ABG Water Park
2. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung ABG Water Park
3. Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung ABG Water Park.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang memperlihatkan kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu indikator empati (*empathy*), dan disarankan kepada karyawan dan manajemen ABG Waterpark untuk lebih menunjukkan empatinya kepada pengunjung, dan peduli dengan kebutuhan pengunjung, serta layani permintaan pengunjung dengan sungguh-sungguh.
2. Pada variabel lokasi, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu indikator Lalu Lintas, karena itu disarankan kepada pemerintah kota untuk menyediakan armada atau transportasi umum menuju kawasan lokasi objek wisata ABG Water Park, karena sarana transportasi umum dapat mempermudah pengunjung atau wisatawan menuju lokasi ABG Waterpark. Selain itu, dengan memberikan kemudahan akses transportasi menuju objek wisata akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan atau pengunjung dan ini tentunya akan

dapat meningkatkan pendapatan daerah.

3. Pada variabel promosi, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu indikator promosi, oleh karena itu disarankan kepada manajemen ABG Waterpark untuk memberikan diskon atau kupon kepada pengunjung pada even-even tertentu supaya minat pengunjung untuk berkunjung semakin meningkat, selain itu dengan diberikannya diskon atau kupon berhadiah maka kepuasan pengunjung kepada jasa ABG Waterpark akan semakin meningkat.
4. Pada variabel kepuasan, indikator yang memiliki nilai TCR terendah yaitu *expectations*, oleh karena itu disarankan kepada pengunjung untuk tidak menetapkan harapan yang terlalu besar pada produk dan jasa yang di lihat di media promosi, karena pada umumnya promosi sifatnya adalah untuk mempengaruhi keputusan pembelian dengan memberikan informasi-informasi yang terkadang dilebih-lebihkan dari keadaan yang sebenarnya dari produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, untuk mengurangi rasa kecewa atas produk dan jasa, sebaiknya sebelum membentuk ekspektasi dalam diri alangkah baiknya dipelajari terlebih dahulu mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan terlebih perusahaan destinasi wisata.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini penulis menyarankan agar menambah variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan bisa menutupi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Serta disarankan untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain agar kajian tentang kualitas pelayanan, lokasi dan promosi, serta kepuasan dapat dipahami secara mendalam.

### **5.3 Keterbatasan**

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kekurangan yang disebabkan adanya keterbatasan peneliti. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Penelitian ini hanya menganalisis kualitas pelayanan, lokasi dan promosi sementara masih adanya variabel lain diluar model penelitian yang mempengaruhi kepuasan yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti citra destinasi wisata, harga atau fasilitas objek wisata.
2. Objek penelitian ini hanya terbatas pada pengunjung ABG Water Park sementara itu masih banyak terdapat objek wisata lainnya di Kota Padang khususnya dan Sumatera Barat umumnya