

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Geopark Silokek.
2. Fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Geopark Silokek.
3. Promosi wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Geopark Silokek.

5.2 Implementasi Penelitian

1. Disarankan kepada pemerintah daerah setempat dan pengelola objek wisata Geopark Silokek untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan pembangunan akses jalan menuju ke lokasi wisata Geopark Silokek, untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Disarankan kepada pengelola objek wisata Geopark Silokek untuk lebih meningkatkan promosi agar lebih banyak lagi orang yang berkunjung ke objek wisata Geopark Silokek.

5.3 Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, fasilitas di objek wisata Geopark silokekk sudah di katakana cukup baik karena kecukupan fasilitas. Namun, kebersihan fasilitas

juga harus di perhatikan dan di tingkatkan karena masi ada beberapa pengunjung yang tidak setuju dengan pernyataan tentang kebersihan pada objek wisata Geopark Silokek.

2. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya di uji pada konsumen merek lain.
3. Bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan menambah jumlah sampel dengan cara menggunakan tidak hanya satu objek wisata sebagai objek penelitian, selain itu bagi peneliti di masa mendatang diharapkan untuk mencoba mencari beberapa variabel baru yang juga mempengaruhi kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin. (2016). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Amaliawati, S. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Umbul Pengging. 3(2), 54–67.
- Arikunto, S. (2006). *Manajemen Penelitian*.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*.
- Bakti, R., & Oktafiani, N. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Suasana Lingkungan Terhadap Kepuasan Pengunjung Kebun Raya Bogor. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 15(1), 47–55. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v15i1.34>
- Basu, swastha. (2001). *Manajemen Penjualan, cetakan kelima*. BFSE : Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty.
- Bisnis, B., Aprianto, R., & Si Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi Rawas, M. (2016). Elektronik Kota Lubuklinggau. Pengaruh Promosi(Ronal Aprianto), 02(01), 41–63.
- Cannon, J. (2008). *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*.
- Chandra, S. M., & Tielung, M. V. J. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. *Jurnal EMBA*, 3(3), 959–970. <https://doi.org/2303-11>
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–190.
- Fajrin Andes Rahmat, G. W. dan S. E. K. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*.
- Faradina, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Almanda. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah*

- Cantik Alamanda, 5(7), 1–18.
- Farida, I., Halim, A., & Wulandari, R. (2016). Pengaruh Independensi, Kompetensi, Due Professional Care, dan Etika terhadap Kualitas Audit.
- Firmansyah, A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 281–295. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/179>
- Freddy Rangkuti. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, H. F. N. (2011). *Manajemen pemasaran*.
- Haromain, I., & Suprihhadi, H. (2016). Pengaruh Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 56–64.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12. <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/3826>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *In Marketing Management*.
- Kotler, & Armstrong, P. and G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 149.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Bauran Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Erlangga.
- Kotler P, K. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Ed. Ke-13 Jilid 1. Penerbit Erlangga.
- Lalu, S. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2007). *Retailing Management (6th ed.)*. New York: McGraw-Hill International.

- Ni Nyoman Novarini¹, N. P. N. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang. *Forum manajemen*, Volume 15, Nomor 2, Tahun 2017, 15, 110–117.
- Pitana dan Gayatri. (2005). *United Nation Conference on Travel and Tourism*.
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Setiawan, R., Kosasih, K., & Sudrajat, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167. <https://doi.org/10.24843/bse.2019.v24.i02.p01>
- Sirait¹, A. H., & Winata, dan E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pemandian Alam Karomah. 3.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Sudarwanto, S. A. & T. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Journal of Business and Innovation Management*, 4(1), 55–66. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif ,R&D*.
- Susanto, D., Latifah, N., & Mokhlas. (2019). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2015, 10–18.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta. 59.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service Quality & Satisfaction* Edisi 3.

Penerbit Andi.

- Tjiptono Fandy. (2008). *Strategi Bisnis edisi ke-3*, Andi, Yogyakarta.
- Triandini, R., Yusrini, L., Program, D., Usaha, S., & Wisata, P. (2018). Pengunjung Di Panorama Pabangbon. III(November), 21–40.
- Umi Narawati. (2008). *Metedologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Agung Media.
- Usman, H. (2010). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan (Ketiga)*. Bumi Aksara.
- Widiyono., & Pakkanna, M. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*.
- Yoeti, Oka, A. (2006). *Pariwisata Budaya:Masalah dan Solusinya*.
- Yoeti, O. . (2003). *Pengantar Ilmu Pariwisata*.
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>
- Zeithaml. (2006). *service marketing*.