

## BAB 5

### KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini disusun dengan kembali merujuk pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, yaitu untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung, mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung, dan mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pengunjung. Adapun kesimpulan akhir penelitian adalah sebagai berikut:

- a. H1 diterima, artinya variabel harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, semakin baik penilaian pengunjung terhadap keterjangkauan, kesesuaian, dan nilai manfaat harga tiket, maka tingkat kepuasan pengunjung terhadap pengalaman wisata di Telaga Sarangan akan semakin meningkat.
- b. H2 diterima, artinya variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat citra destinasi yang dirasakan pengunjung, baik dari aspek kognitif, afektif dan konatif maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan selama melakukan kunjungan ke Telaga Sarangan.
- c. Berdasarkan nilai koefisien regresi dan signifikansi, citra destinasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan gambaran positif lebih menentukan tingkat kepuasan dibandingkan faktor harga.

## 5.2 Keterbatasan

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,518, yang berarti bahwa variabel harga tiket dan citra destinasi hanya mampu menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 51,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini belum sepenuhnya mewakili seluruh karakteristik pengunjung Telaga Sarangan yang memiliki keragaman latar belakang cukup luas. Pengumpulan data dilakukan melalui secara *online*, yang memungkinkan adanya perbedaan tingkat pemahaman responden dalam menjawab setiap item pernyataan. Penelitian ini hanya fokus pada dua variabel independen, yaitu harga tiket dan citra destinasi, sehingga belum mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas layanan, fasilitas wisata maupun aksesibilitas yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Penelitian ini juga dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu, sehingga belum mampu menggambarkan variasi kondisi pada musim kunjungan yang berbeda ataupun perbedaan karakteristik pengunjung antara hari kerja dan akhir pekan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih mendalam, dan mencakup cakupan waktu observasi yang lebih luas.

## 5.3 Saran

### a. Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang diperkirakan dapat memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti seperti fasilitas wisata (Anam, 2020), atraksi wisata (Putri et al., 2020), kualitas pelayanan

(Baiturrahman dan Andriani, 2024). Penambahan variabel tersebut diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap dan menjelaskan faktor-faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengelola Telaga Sarangan dalam mengevaluasi kesesuaian harga tiket dengan fasilitas, pelayanan, dan pengalaman wisata yang diterima pengunjung. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam perbaikan kualitas pengelolaan destinasi, khususnya dalam upaya membangun citra destinasi yang positif di mata wisatawan. Selain itu, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pemerintah daerah sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan sektor pariwisata yang berorientasi pada kepuasan pengunjung dan keberlanjutan destinasi. Bagi pelaku pariwisata dan masyarakat sekitar, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran pelayanan, kenyamanan, serta pengalaman wisata dalam mendukung daya tarik dan daya saing pariwisata daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, M. N. W., & Aji, R. N. (2022). *Telaga Sarangan: Pariwisata era kolonial (1938–1940)*. *Avatara*, 13(1), 1–9.
- Alfin, N., & Aini, K. (2025). *Pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Anam, C. (2020). Pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 4(2), 22–34.
- Ariestonandri, P. (2006). *Marketing research for beginner*. Andi Offset.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan. (2023). *Jumlah pengunjung wisata menurut bulan di Kabupaten Magetan, 2023*. <https://magetankab.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTMyNSMx/jumlah-pengunjung-wisata-menurut-bulan-di-kabupaten-magetan--2023.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2025, Februari 3). *Perkembangan pariwisata Provinsi Bali Desember 2024*. <https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/03/717939/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-desember-2024.html>
- Baiturrahman, J. R., & Andriani, N. (2024). Pengaruh citra destinasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening wisatawan di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5577–5604.
- Buditiawan, K., & Harmono. (2020). Strategi pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>
- Choirunnisa, I., & Karmilah, M. (2020). Strategi pengembangan pariwisata budaya (Studi kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung). *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra destinasi: Pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 96–108. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.4246>

- Kartika, E., Putri, D., Rice, T., Tifani, H., & Firdaus, R. (2022). Pengaruh harga, fasilitas wisata dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. *Jurnal Matua*, 4(2), 387–396.
- Katon Van Daffa, I. R. (2022). Pengaruh citra destinasi dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing 15th Edition Pearson New Jersey*: Pearson Prentice Hall. Jakarta.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson.
- Kurniasari, K. K., Gauh Perdana, B. E., Sukaca Putra, R. A., & Iban, C. (2024). Persepsi generasi Z terhadap pariwisata berkelanjutan pada destinasi budaya: Studi kasus Borobudur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 8(1), 12. <https://doi.org/10.22146/jpt.95415>
- Kurniawan, R., Fajariana, D. E., & Pahrijal, R. (2024). Pengaruh aktivitas wisata alam, pelayanan, dan harga paket. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(07), 1010–1022.
- Made, N., Yanti, P., & Bali, P. I. (2024). Motivasi wisatawan Gen Z dalam memilih. *Jurnal Applied Management Studies*, 6(1), 27–37.
- Magetan, B. (n.d.). Jumlah pengunjung wisata menurut bulan di Kabupaten Magetan, 2023. Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan. <https://magetankab.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTMyNSMx/>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1), 15–25.
- Nasira, & Muh. Baharudin, M. I. (2025). Dampak pariwisata halal terhadap perekonomian melalui pelestarian. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 9(1), 377–388.
- Putri, E. K. D., Haryati, R., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh harga, fasilitas wisata, dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. *Jurnal Matua*, 4(2), 387–396.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2024). Strategi pemerintah menuju pariwisata berkelanjutan di Kawasan Telaga Sarangan. *Jurnal Multidisiplin Ibrahimy*, 1(2), 217–225. <https://doi.org/10.35316/jummy.v1i2.4535>
- Relifra, R., & Wardi, Y. (2022). The effect of tourism service marketing mix, destination image and tourist motivation on tourist satisfaction in Bukit

Khayangan Tourism Object Sungai Penuh City, Jambi Province. In *Proceedings of the Eighth Padang International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA-8 2021)* (Vol. 222, pp. 159–169).

Risfandini, A. (2024). Sustainable tourism implementation in Indonesia: Emphasizing green tourism, community-based tourism, and local empowerment. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 11(1), 58–67. <https://doi.org/10.34013/barista.v11i01.1506>

Sugiyono, D. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*.

Suryanti, P. E., & Indrayasa, K. B. (2021). Perkembangan ekowisata di Bali: Upaya pelestarian alam dan budaya serta pemberdayaan masyarakat lokal. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 6(1), 48. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1970>

Timurti, C. S., & Nugraha, H. S. (2020). Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan (Studi pada wisatawan Umbul Sidomukti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 75–82. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27219>

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Van Daffa, K., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh citra destinasi dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 362–37