

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Niat Berperilaku melalui Nilai Pelanggan (Studi pada Pengunjung Domestik Candi Ratu Boko Jogjakarta) dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Produk Wisata dikategorikan baik oleh responden, tetapi belum mencapai sangat baik karena masih ada indikator yang kurang baik yaitu pernyataan mengenai ketersediaan restoran atau tempat makan disekitar Candi Ratu Boko, rute yang mudah dilalui semua jenis kendaraan dan ketersediaan transportasi umum menuju Candi Ratu Boko masih belum cukup memadai. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan pengaruh parsial pada setiap variabel, didapatkan hasil bahwa produk wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan t hitung (5,805) lebih besar dibandingkan dengan t tabel (1.660).
2. Citra Destinasi dikategorikan baik oleh responden, tetapi belum mencapai sangat baik karena masih ada indikator yang kurang baik yaitu pernyataan mengenai tampilan wisata yang menarik, dan tersedianya papan keterangan yang membantu wisatawan. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan pengaruh parsial pada setiap variabel, didapatkan hasil bahwa citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan t hitung (6,620)

lebih besar dibandingkan dengan t tabel (1.660). Citra Destinasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap nilai pelanggan, dapat dilihat dari nilai probabilitas dan nilai β citra destinasi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lain dalam penelitian.

3. Nilai pelanggan dikategorikan tinggi oleh responden, tetapi belum mencapai sangat tinggi karena masih ada indikator yang kurang baik yaitu pernyataan mengenai rendah pada harga yang dibayar sesuai dengan pengalaman yang diperoleh. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan pengaruh parsial pada setiap variabel, didapatkan hasil bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap niat berperilaku. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan t hitung (4,370) lebih besar dibandingkan dengan t tabel (1.660). Nilai Pelanggan menjadi variabel *intervening* yang menjembatani variabel Produk Wisata dan variabel Citra Destinasi terhadap variabel Niat Berperilaku.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Produk Wisata (X1), dan Citra Destinasi (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Pelanggan (Z). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,370 atau 37,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Nilai Pelanggan dapat dijelaskan oleh Produk Wisata dan Citra Destinasi.
5. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Produk Wisata (X1) dan Citra Destinasi (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Niat Berperilaku (Y). Hal ini dibuktikan dengan

perhitungan dimana t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,200 atau 20,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Niat Berperilaku dapat dijelaskan oleh variabel Niat Berperilaku dapat dijelaskan oleh Produk Wisata dan Citra Destinasi Niat berperilaku dikategorikan tinggi oleh responden, tetapi belum mencapai sangat tinggi karena masih ada indikator yang kurang baik yaitu pernyataan mengenai kesediaan untuk membayar lebih.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan PT Taman Wisata Candi sebagai pengelola Candi Ratu Boko dimasa yang akan datang, yaitu:

1. Berkaitan dengan produk wisata, penilaian terhadap tersedianya restoran atau tempat makan disekitar Candi Ratu Boko, rute yang mudah dilalui semua jenis kendaraan, dan tersedianya transportasi umum masih dibawah nilai rata-rata; sehingga peneliti dapat menyarankan:
 - a. Pengelola Taman Wisata Candi Ratu Boko menambah jumlah restoran/tempat makan disekitar Candi Ratu Boko guna memudahkan wisatawan yang ingin berkuliner setelah berwisata.
 - b. Terkait rute yang tidak mudah dilalui dan kurangnya transportasi umum menuju Candi Ratu Boko, pengelola disarankan untuk lebih memperhatikan lagi terhadap tersedianya transportasi umum menuju Candi Ratu Boko, pengelola dapat bekerjasama baik dengan pemerintah daerah ataupun dinas terkait dalam pengadaan rute transportasi umum menuju Candi Ratu Boko. Serta melakukan pelebaran jalan jika

memungkinkan sehingga semua jenis kendaraan dapat melintas tanpa hambatan.

2. Berdasarkan jawaban responden terkait citra destinasi, penilaian pernyataan berada dibawah nilai rata-rata, yaitu tampilan wisata yang menarik dan ketersediaan papan informasi yang membantu wisatawan sehingga peneliti dapat menyarankan:
 - a. Perlu dilakukan perbaikan dan inovasi dalam hal tampilan wisata sehingga pengunjung lebih menikmati kunjungan wisatanya, misalnya dengan menerapkan ekowisata atau atraksi budaya yang bersifat mengenalkan budaya lokal kepada wisatawan dengan konsep yang modern.
 - b. Keberadaan papan informasi belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pengunjung, selain itu papan petunjuk arah juga belum memberi arah yang jelas mengenai bagian-bagian candi. Disarankan pengelola untuk memperjelas arah dari bagian candi yang ditunjukkan dan memberikan keterangan nama setiap bangunan sehingga memudahkan pengunjung dalam mengenal bagian-bagian dari bangunan Candi Ratu Boko.
3. Berdasarkan jawaban responden terkait nilai pelanggan, penilaian pernyataan mengenai pelayanan sesuai dengan harga dan harga yang dibayar sesuai dengan pengalaman yang diperoleh berada dibawah rata-rata nilai variabel. Peneliti menyarankan kepada pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan pengelola Candi Ratu Boko kepada pelanggan mulai dari pelayanan publik hingga pelayanan fasilitas yang disediakan. Selain itu

pengelola dapat memvariasikan wisata yang ditawarkan sehingga pengalaman yang didapat pengunjung lebih baik.

4. Berdasarkan jawaban responden terkait niat berperilaku, penilaian pernyataan yang masih dibawah nilai rata-rata variabel yaitu bersedia untuk membayar lebih terhadap wisata yang ditawarkan. Peneliti menyarankan kepada pengelola untuk mempertahankan harga yang saat ini ditawarkan.