

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Kualitas produk wisata pada Taman Wisata Kopeng berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 74% menyatakan kualitas produk wisata cukup baik dan buruk terutama pada taman bermain pada Taman Wisata Kopeng yang tidak menarik, wahana permainan *outbound center* yang tidak menarik, dan permainan *waterpark* yang tidak menarik. Disamping itu terdapat responden sebanyak 26% yang menyatakan kualitas produk wisata baik meliputi alam Taman Wisata Kopeng yang indah, dan penginapan yang layak.
2. Kualitas pelayanan pada Taman Wisata Kopeng berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 57% menyatakan kualitas pelayanan cukup baik terutama karena penyediaan loket penjualan tiket yang cukup layak, penyediaan fasilitas-fasilitas umum yang cukup layak, dan penyediaan fasilitas-fasilitas pendukung yang cukup layak. Disamping itu terdapat responden sebanyak 24% menyatakan kualitas pelayanan yang baik karena petugas sudah sopan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sedangkan responden yang lain sebanyak 19% menyatakan kualitas pelayanan buruk karena penyediaan layanan pusat informasi yang masih kurang layak, dan petugas tidak mampu melayani wisatawan.

3. Kepuasan konsumen pada wisatawan Taman Wisata Kopeng berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 41% menyatakan kepuasan konsumen yang rendah utamanya karena tidak puas atas taman bermain Wisata Kopeng yang tidak menarik, tidak puas atas wahana permainan *outbound center* yang tidak menarik, tidak puas atas permainan *waterpark* yang tidak menarik, wisatawan yang enggan berkunjung kembali, dan wisatawan yang enggan merekomendasikan Taman Wisata Kopeng ke orang lain. Disamping itu terdapat responden sebanyak 35% menyatakan kepuasan konsumen yang cukup tinggi karena cukup puas atas penginapan yang cukup layak, cukup puas atas penyediaan fasilitas-fasilitas umum, dan cukup puas atas layanan yang diberikan petugas. Sedangkan responden yang lain sebanyak 24% menyatakan kepuasan konsumen yang tinggi utamanya karena puas atas alam Taman Wisata Kopeng yang indah.

4. Pengaruh kualitas produk wisata terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian adalah positif dan signifikan yang artinya, semakin baik kualitas produk wisata maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Begitupun sebaliknya, semakin buruk kualitas produk wisata maka semakin buruk tingkat kepuasan konsumen. Pada hasil analisis tabulasi silang memperlihatkan bahwa kualitas produk wisata yang buruk cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang rendah, dan kualitas produk wisata yang cukup baik cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang cukup tinggi, serta kualitas produk wisata yang baik cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang tinggi. Selain itu pada hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara kualitas produk wisata dengan kepuasan konsumen yang terlihat dari besaran

pengaruh sebesar 0,885. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas produk wisata terhadap kepuasan konsumen melalui penilaian koefisien regresi linear sederhana sebesar 1,626 dan untuk nilai konstantanya adalah 1,403 sehingga setiap kenaikan 1% maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 3,03%. Pada uji determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk wisata memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 78,4 %, dan 21,6% dipengaruhi oleh faktor yang lain. Pengujian H1 melalui uji t menunjukkan hasil t hitung sebesar 18,864 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,661, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya kualitas produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisatawan Taman Wisata Kopeng. Semakin baik kualitas produk wisata maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dirasakan wisatawan. Sebaliknya, jika semakin buruk kualitas produk wisata maka semakin rendah kepuasan konsumen yang dirasakan wisatawan.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian adalah positif dan signifikan yang artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Begitupun sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen. Pada hasil analisis tabulasi silang memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang buruk cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang rendah, dan kualitas pelayanan yang cukup baik cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang cukup tinggi, serta kualitas pelayanan yang baik cenderung menunjukkan kepuasan konsumen yang tinggi. Selain itu pada hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang terlihat dari besaran pengaruh sebesar 0,866. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen melalui penilaian koefisien regresi linear sederhana sebesar 1,785 dan untuk nilai konstantanya adalah -8,078 sehingga setiap penambahan 1% tingkat kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan meningkat sebesar -6,29%. Jika perusahaan menginginkan kepuasan konsumen menjadi positif, maka perusahaan perlu menaikkan kualitas pelayanan sebanyak 5% sehingga kepuasan konsumen akan menjadi 0,85%. Pada uji determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk wisata memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 75%, dan 25% dipengaruhi oleh faktor yang lain. Pengujian  $H_2$  melalui uji  $t$  memperlihatkan bahwa hasil  $t$  hitung sebesar 17,127 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,661, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisatawan Taman Wisata Kopeng. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dirasakan wisatawan. Sebaliknya, jika semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin rendah kepuasan konsumen yang dirasakan wisatawan.

6. Pengaruh kualitas produk wisata ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yang artinya, semakin baik kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Begitupun sebaliknya, semakin buruk kualitas produk wisata dan kualitas

pelayanan maka semakin buruk tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan uji korelasi, koefisien regresi linear berganda, uji determinasi, dan uji F. Pada hasil uji korelasi sebesar 0,906 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu pada hasil analisis koefisien regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai kualitas produk wisata adalah 1,000 ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan adalah 0,807 ( $X_2$ ), angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas produk wisata ( $X_1$ ) kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar -2,748%. Jika perusahaan menginginkan kepuasan konsumen menjadi positif, maka perusahaan perlu menaikkan kualitas produk wisata sebanyak 2% dan kualitas pelayanan sebanyak 4% sehingga kepuasan konsumen akan menjadi 0,673%. Pada koefisien determinasi memperlihatkan bahwa kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 82,1%, dan 17,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Pengujian H3 melalui uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $222,587 > 3,09$ , yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga variabel kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan (dilihat dari nilai sig  $0,000 < 0,05$ ) terhadap kepuasan konsumen pada wisatawan Taman Wisata Kopeng. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan oleh wisatawan. Begitupun sebaliknya, jika kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan dalam kondisi buruk maka tingkat kepuasan konsumen pada wisatawan akan rendah.

## 1.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran untuk memperbaiki kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan pada Taman Wisata Kopeng sehingga nantinya dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang tinggi. Saran yang akan dipaparkan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas produk wisata dikategorikan buruk dan cukup baik berdasarkan penelitian ini sehingga pengelola Taman Wistaa Kopeng perlu memperbaiki kualitas produk wisata yang dinilai buruk terutama pada taman bermain pada Taman Wisata Kopeng yang tidak menarik karena permainan pada taman bermain yang kurang variatif, kurang unik, dan kurang terawat; wahana permainan *outbound center* yang tidak menarik karena wahana permainan kurang variatif, dan kurang unik; dan permainan *waterpark* yang tidak menarik karena kolam renang tidak memiliki keunikan yang berbeda dengan kolam renang pada umumnya, dan *waterpark* hanya cocok digunakan oleh anak-anak. Untuk itu Taman Wisata Kopeng dapat melakukan perbaikan dengan cara pengembangan variasi permainan yang lebih beragam dengan menonjolkan ciri khas daerah Kopeng yaitu kuda, permainan diberikan warna yang lebih sejuk seperti warna hijau yang sejalan dengan suasana Kopeng yang sejuk dan dipenuhi pekebunan, serta menjaga kebersihan lingkungan sekitar Taman Wisata Kopeng.

Disamping itu Taman Wisata Kopeng juga perlu menjaga konsistensi dan mengembangkan kualitas produk wisata yang dinilai baik terutama pada alam Taman Wisata Kopeng yang indah karena lokasi Taman Wisata Kopeng yang berada di ketinggian 1.500 Mdpl menciptakan suasana yang sejuk dan asri, serta

dikelilingi perpohonan cemara; dan penginapan yang dinilai layak karena karena wisatawan dapat menikmati penginapan bersama keluarga besar saat liburan, fasilitas yang disediakan sudah sesuai dengan standard penginapan pada umumnya, dan penginapan dekat dengan objek wisata.

2. Kualitas pelayanan dikategorikan cukup baik berdasarkan penelitian ini. Disamping itu masih terdapat kualitas pelayanan yang dinilai buruk sehingga pengelola Taman Wistaa Kopeng perlu memperbaiki kualitas pelayanan yang dinilai buruk utamanya pada penyediaan layanan pusat informasi yang masih kurang layak karena lokasi layanan pusat informasi menyatu dengan penginapan sehingga menyusahakan wisatawan mengakses; penyediaan fasilitas-fasilitas umum yang tidak layak karena beberapa toilet kurang terawat dan terkadang tidak bisa digunakan, serta parkir yang kurang luas sehingga menyulitkan wisatawan untuk mencari tempat parkir; dan petugas tidak mampu dalam melayani wisatawan karena terdapat beberapa petugas yang tidak berada di spot wahana sehingga menyulitkan wisatawan untuk menggunakan wahana tersebut, petugas masih lambat dalam memberikan pelayanan, beberapa wisatawan merasa pelayanan petugas tidak sesuai dengan yang diharapkan, dan wisatawan sulit mengenali petugas karena tidak ada tanda pengenal atau seragam petugas. Untuk itu Taman Wisata Kopeng dapat melakukan perbaikan dengan cara memperjelas lokasi layanan pusat informasi yang mudah ditemukan oleh wisatawan dan memberikan plang pemberitahuan; pada fasilitas-fasilitas umum bisa lebih dirawat secara berkala utamanya pada toilet dan musholla, dan memperluas lagi areal parkir sehingga dapat menampung kendaraan wisatawan yang lebih banyak lagi; dan meningkatkan pengawasan manajemen terhadap pelayanan yang

diberikan petugas sesuai SOP yang berlaku meliputi seragam petugas, selalu berada di spot wahana yang telah ditentukan, dan lebih aktif memberikan pelayanan terhadap wisatawan.

Selain itu Taman Wisata Kopeng juga perlu menjaga konsistensi dan mengembangkan kualitas pelayanan yang dinilai cukup baik dan baik utamanya pada penyediaan loket penjualan tiket yang sudah layak bisa dibuat lebih estetik lagi untuk menciptakan *first impression* yang baik bagi wisatawan, penyediaan fasilitas-fasilitas pendukung yang sudah layak bisa memperhatikan lagi kebersihan *camping ground*, dan lokasi penjualan kaos *corner* dan kedai bunga dibuat lebih *eye catching*; dan sikap petugas yang sopan dalam melayani wisatawan.

3. Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dilihat dari sisi responden, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah usia muda atau mahasiswa sehingga data yang diperoleh mayoritas menggambarkan sudut pandang usia muda atau mahasiswa mengenai kualitas produk wisata, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen, sedangkan masyarakat umum yang berkunjung ke Taman Wisata Kopeng memiliki latar belakang, pekerjaan, dan status yang berbeda-beda. Dengan demikian semoga keterbatasan ataupun kekurangan ini nantinya dapat menjadi saran bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penelitian, sehingga responden yang didapat nantinya diharapkan dapat mewakili masyarakat umum yang berkunjung ke Taman Wisata Kopeng.