

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari rangkaian penelitian yang telah ditempuh dengan metode regresi linear berganda maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Museum Trinil. Artinya semakin layak kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin besar kepuasan pengunjung di Museum Trinil.
2. Citra wisata (X_2) yang dimiliki oleh Museum Trinil secara langsung tidak berkontribusi atau mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung (Y) secara signifikan
3. Kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Artinya jika kualitas layanan di Museum Trinil ditingkatkan dan citra wisata yang dimiliki juga dikelola dengan baik maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini penulis memberikan saran – saran untuk membawa manfaat. Adapun saran – saran yang akan disampaikan antara lain :

1. Bagi pihak pengelola Museum Trinil disarankan untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung . Upaya

peningkatan kualitas layanan ini dapat dilakukan dengan cara pelatihan pegawai, perbaikan fasilitas hingga pengembangan program pelayanan yang lebih baik.

2. Pada penelitian ini tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara citra wisata terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dorongan dalam meningkatkan citra wisata. Hal ini bisa dilakukan melalui promosi yang lebih agresif, kemitraan strategis dengan pihak terkait, atau pengembangan konten yang menarik untuk meningkatkan daya tarik wisata.
3. Aspek kualitas layanan dan citra wisata perlu diperhatikan dalam hal pariwisata. Oleh karena itu, pihak pengelola disarankan untuk mengintegrasikan strategi yang holistik atas kedua aspek tersebut.
4. Bagi pemangku kepentingan, perlu memberikan dukungan dan mendorong kerjasama antara Museum Trinil dengan pihak terkait guna memperluas jangkauan promosi dan mendukung pengembangan destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. A. (2022). Pengaruh E-Word Of Mouth dan Citra Wisata Terhadap Niat Berkunjung Pada Wisata Pantai Firdaus Kecamatan Kema. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1194–1204.
- Aksoy, R., & Kiyei, Ş. (2011). A destination image as a type of image and measuring destination image in tourism (Amasra Case). *European Journal of Social Sciences*, 20(3), 478–488.
- Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama
- Apriliyanti, Ester., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Idrus, Salim Al. (2019). *Kualitas Layanan Dan Keputusan Pembelian : Konsep & Teori*. Media Nussa Creative
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan KepuasanPelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, Handi. (2011). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. ... , *Digital &Creative Arts and Event*, 1, 78–88. Retrieved from <https://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/view/13%0Ahttps://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/download/13/10>
- Machali, Imam. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : PPMPI
- Paiman. (2019). *Korelasi Dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian*. Retrieved from <http://repository.upy.ac.id/2068/1/paiman.pdf>
- Rahmawati, P. D., Wahyuningsih, T. H., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Tri Harsini Wahyuningsih*, 5(1), 73–83.
- Rivan, I. M. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Efisiensi Moda Transportasi Suroboyo Bus Pada Rute Unesa - Its, 1–8.
- Riyono, M. R., Sulistiowati, & Churniawan, A. D. (2016). Analisis Pengaruh Website Stikom Institutional Repositories (Sir) Pada Institut Bisnis Dan. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Dinamika (JSIKA)*, 5(12), 1–10.
- Rodliyah, L. (2021). *Pengantar Dasar Statistika*. Jombang: LPPM Unhasy Tebuireng.

- Safitasari, C., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Promosi dan Citra Destinasi Terhadap kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 311–319. Retrieved from <http://maj.unnes.ac.id>
- Salamah, P., Sawitri, D., & Rahman, Y. (2017). Kepuasan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Kimal Park Bendungan Tirtashinta Wonomarto. *Journal Of Planning and Policy Development*, 0(0), 1–18.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2020). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Septiandari, W., dkk. (2021) Pengaruh Citra Destiasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna. *Competence : Journal of Management Study*
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung : Alfabeta
- Suhardi, Y., Burda, A., Ridho, A., Zulkarnaini, Z., & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 75–86. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.464>
- Sukmamedian, H., & Nensi Lapotulo. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. *Jurnal Mekar*, 1(1), 34–40. <https://doi.org/10.59193/jmr.v1i1.20>
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2018). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207. <https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.207-221>
- Zulkarnain. (2017). Ilmu Menjual Edisi 2. Yogyakarta : Expert