

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 384 responden yang merupakan wisatawan Tamris Park. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (sesuaikan dengan metode yang digunakan). Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kebersihan area wisata, keramahan petugas, kecepatan pelayanan, serta rasa aman yang dirasakan pengunjung, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk kembali berkunjung.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi. Fasilitas yang lengkap, nyaman, mudah digunakan, dan terawat mampu meningkatkan kenyamanan pengunjung sehingga mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.
3. Harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi. Harga tiket yang dinilai sesuai dengan manfaat, kualitas fasilitas, dan pengalaman wisata yang diperoleh mampu meningkatkan

keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung, meskipun masih terdapat sebagian pengunjung yang menilai kewajaran harga tiket perlu menjadi perhatian.

4. Promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan belum mampu mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat berkunjung kembali lebih dipengaruhi oleh pengalaman nyata yang dirasakan pengunjung selama berada di Tamris Park dibandingkan dengan aktivitas promosi yang dilakukan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan minat berkunjung kembali wisatawan di Tamris Park Lanud Iswahjudi dapat diwujudkan melalui peningkatan kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas yang lebih lengkap dan nyaman, serta penetapan harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima pengunjung. Di sisi lain, strategi promosi perlu dievaluasi dan dikembangkan agar tidak hanya menarik wisatawan baru, tetapi juga mampu membangun ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali melalui penyampaian informasi yang lebih menarik, inovatif, dan sesuai dengan pengalaman yang diperoleh pengunjung.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menginterpretasikan hasil penelitian maupun sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi untuk menjelaskan minat berkunjung kembali wisatawan. Sementara itu, masih terdapat berbagai faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kepuasan pengunjung, citra destinasi, pengalaman wisata, kualitas atraksi, *electronic word of mouth* (e-WOM), kepercayaan pengunjung, maupun loyalitas wisatawan yang belum dianalisis dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional, sehingga data yang diperoleh hanya menggambarkan persepsi pengunjung pada satu periode penelitian. Penelitian ini belum mampu menjelaskan perubahan persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, promosi, maupun minat berkunjung kembali yang dapat berubah seiring dengan perkembangan Tamris Park Lanud Iswahjudi maupun perubahan tren pariwisata.

C. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis bahwa teori pemasaran jasa dan perilaku konsumen mampu menjelaskan minat berkunjung kembali wisatawan pada Tamris Park Lanud Iswahjudi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang lebih banyak dipengaruhi oleh

pengalaman nyata yang diperoleh selama berkunjung dibandingkan dengan aktivitas promosi yang dilakukan oleh pengelola.

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Tamris Park Lanud Iswahjudi perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan keramahan petugas, kebersihan area wisata, serta jaminan keamanan bagi pengunjung. Selain itu, pengelola juga perlu melengkapi dan merawat fasilitas yang tersedia serta menetapkan harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima pengunjung. Di sisi lain, strategi promosi perlu dievaluasi agar tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan pertama, tetapi juga mampu membangun keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali melalui penyampaian informasi yang lebih menarik, inovatif, dan sesuai dengan kondisi nyata destinasi wisata.

D. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Pengelola Tamris Park Lanud Iswahjudi

Pengelola Tamris Park Lanud Iswahjudi diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung. Selain itu, pengelola perlu melengkapi serta merawat fasilitas wisata agar tetap nyaman digunakan, menjaga kesesuaian antara harga tiket dengan kualitas layanan yang diberikan, serta mengevaluasi strategi promosi agar lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Promosi juga perlu didukung dengan inovasi

atraksi dan peningkatan pengalaman wisata sehingga mampu meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kepuasan pengunjung, citra destinasi, pengalaman wisata, electronic word of mouth (e-WOM), loyalitas wisatawan, maupun kualitas atraksi wisata. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, serta memperluas objek penelitian pada destinasi wisata lainnya sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.