

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari data hasil pengolahan dan pembahasan terhadap hasil penelitian berkaitan dengan faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi, dapat diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,436 (43,6%), dalam hal ini berarti bahwa variabel Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan *Experiential marketing* mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,6 %, sedangkan sisanya 56,4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.
2. Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai  $T_{hitung}$  3,246 >  $T_{tabel}$  1,98609, dengan nilai signifikan 0,002 < 0,025. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
3. Fasilitas Wisata berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai  $T_{hitung}$  1,479 <  $T_{tabel}$  1,98609, dengan nilai signifikan 0,142 > 0,025. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

4. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai  $T_{hitung}$  2,551 >  $T_{tabel}$  1,98609, dengan nilai signifikan 0,012 < 0,025. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima
5. Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata Dan *Experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan yang berkunjung di kepulauan karimunjawa. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung}$  (23,743) >  $F_{tabel}$  (2,70) dan untuk nilai signifikan 0,000 < 0,025. Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung di kepulauan karimunjawa, maka peneliti memberikan saran:

1. Variabel Daya Tarik Wisata merupakan variabel yang mempunyai nilai signifikan yang sangat tinggi di tinjukkan dari hasil regresi menunjukkan nilai sig. 0.002 < 0.05. Rata-rata responden menjawab setuju dengan atraksi wisata yang disajikan di kepulauan karimunjawa dengan nilai 58,3%, disusul dengan keanekaragaman jenis satwa laut dengan nilai responden sebesar 55,2% menjawab setuju. Dengan ini diharapkan pengelola bisa lebih giat lagi untul menambah beberapa atraksi wisata yang baru dan juga menjaga kelestarian satwa laut di

kepulauan karimunjawa agar pelanggan atau pengunjung yang datang ke kepulauan karimunjawa sangat puas terhadap daya tarik wisata di kepulauan karimunjawa.

2. Variabel kedua yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah *experiential marketing* dengan nilai sebesar 60,4% diikuti dengan pemanfaatan fasilitas yang disediakan di kepulauan karimunjawa, diikuti dengan pemandangan yang indah, dan makanan khas yang enak dengan nilai 46,9%. Diharapkan kedepannya para pelanggan agar lebih bisa berinteraksi langsung dengan produk atau jasa yang kita tawarkan agar pelanggan bisa membandingkan pengalaman yang didapatkan di kepulauan karimunjawa lebih asik dan unik dari tujuan wisata lain.
3. Fasilitas wisata merupakan variabel yang memiliki nilai signifikan sebesar  $0,142 > 0,05$  maka Hipotesis 2 ditolak dan Hipotesis 0 diterima. Berarti variabel fasilitas wisata mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan. Diharapkan pengelola empat tempat wisata lebih memperhatikan fasilitas yang ada disekitar kawasan wisata, agar memberi kemudahan bagi pelanggan yang datang untuk menikmati lokasi wisata di kepulauan karimunjawa.