

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Noars Rafting di Probolinggo. Hal ini ditunjukkan pada nilai $t_{hitung} 2.210 > t_{tabel} 1.98498$ dan tingkat signifikan $0,029 < 0,05$ Pengaruh variabel Fasilitas tersebut adalah positif yang berarti terdapat hubungan searah, sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi Fasilitas yang dimiliki oleh Noars Rafting, maka akan semakin tinggi Keputusan Berkunjung pada Wisata Noars Rafting di Probolinggo
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Noars Rafting di Probolinggo. Hal ini ditunjukkan pada nilai $t_{hitung} 7.630 > t_{tabel} 1.98498$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Pengaruh kualitas layanan ini juga positif yang berarti terdapat hubungan searah yang dapat diartikan semakin tinggi atau bagus kualitas layanan yang diberikan Noars Rafting maka akan tinggi pula keputusan berkunjung wisatawan di noars rafting.
3. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Noars Rafting di Probolinggo. Dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} 8.652 > t_{tabel} 1.98498$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ pengaruh variabel adalah positif sehingga memiliki hubungan searah dimana diartikan apabila *word of mouth* yang dimiliki konsumen tinggi maka akan mengakibatkan semakin tingginya pula keputusan berkunjung.
4. Secara simultan atau bersama-sama variabel fasilitas, kualitas layanan dan *word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan noars rafting di probolinggo. Hal ini ditunjukkan pada nilai $F_{hitung} 92.398 > F_{tabel} 2.70$ dengan tingkat signifikan $(0,000 < 0,05)$.

6.2 Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan
Untuk meningkatkan jumlah pengunjung maka, perusahaan diharapkan lebih memperhatikan kelengkapan dan fungsi fasilitas, yang mana

fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi wisatawan untuk mengambil keputusan, begitupula dengan kualitas layanan, perusahaan diharapkan mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik atau juga dapat meningkatkan lagi kualitas yang sudah baik karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh noars rafting maka konsumen akan memberikan penilaian tinggi terhadap layanan tersebut sehingga hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan kunjungan. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan hal yang penting bagi pihak Noars Rafting untuk meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan pengunjung yang sekarang. Pengunjung yang telah mengunjungi Noars Rafting merupakan komunikator yang berpotensi dapat menyebarkan *word of mouth* tentang tempat wisata tersebut, sehingga perusahaan diharapkan lebih meningkatkan seperti fasilitas dan pelayanannya sehingga pengunjung yang sudah datang ke noars rafting merasa puas kemudian dengan senang hati menceritakan informasi positif terhadap orang lain. Dengan hal itu dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke noars rafting.

1.3 Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Wisata Noars Rafting di Probolinggo
 - a. Pada variabel fasilitas, mengingat Wisata Noars Rafting di Probolinggo sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat, maka diharapkan perusahaan Wisata Noars Rafting di Probolinggo untuk lebih kreatif dan inovatif memperhatikan fasilitas di sekitar lokasi dan dengan mengganti serta menambahkan fasilitas yang dirasakan masih belum lengkap terutama pada fasilitas utama seperti perahu, dayung, helm dan pelampung.
 - b. Pada variabel kualitas layanan, diharapkan Wisata Noars Rafting di Probolinggo mempertahankan kualitas layanan yang dirasakan sudah baik. Bila perlu untuk ditingkatkan kembali kualitas layanan yang selama ini masih kurang dan sudah baik dengan memberikan pelatihan di luar jam kerja. Pada indikator kualitas layanan berdasarkan pernyataan “Noars Rafting menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3.41 yang artinya Noars Rafting tidak menyediakan layanan tepat waktu maka, noars rafting di harapkan lebih tepat waktu dalam

memberikan layanan agar pengunjung merasa puas yang hal tersebut akan berdampak positif terhadap keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan ke noars rafting.

- c. Pada variabel *word of mouth*, diharapkan Wisata Noars Rafting di Probolinggo untuk lebih meningkatkan fasilitas yang ada dan kualitas layanan. Sehingga pengunjung yang sudah datang ke noars rafting merasa puas kemudian dengan senang hati menceritakan informasi positif terhadap orang lain. Dengan hal itu dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke noars rafting.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau mengembangkan variabel lain selain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi Keputusan Berkunjung konsumen seperti fasilitas, kualitas layanan, dan *word of mouth*.

