

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

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

1. Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,351 lebih besar dari 1,985 dan tingkat signifikan  $0,006 < 0,05$ . Pengaruh variabel fasilitas tersebut adalah positif yang berarti terdapat hubungan searah. Artinya konsumen Wisata Bahari Lamongan akan merasa puas dengan mempertimbangkan fasilitas, sarana dan prasarana yang ditawarkan oleh Wisata Bahari Lamongan.
2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,866 lebih besar dari 1,985 dan tingkat signifikan  $0,021 < 0,05$ . Pengaruh kualitas layanan ini adalah positif yang berarti terdapat hubungan searah. Artinya konsumen Wisata Bahari Lamongan akan merasa puas dengan mempertimbangkan kualitas layanan yang berikan oleh Wisata Bahari Lamongan.
3. Persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,000 lebih besar dari 1,985 dan tingkat signifikan  $0,005 < 0,05$ . Artinya konsumen Wisata Bahari Lamongan akan merasa puas dengan mempertimbangkan persepsi harga yang telah ditetapkan oleh Wisata Bahari Lamongan.
4. Lokasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu -0,900 lebih kecil dari -1,985 dan tingkat signifikan  $0,371 < 0,05$ . Artinya kepuasan konsumen Wisata Bahari Lamongan tidak dipengaruhi oleh lokasi Wisata Bahari Lamongan. Hal ini dikarenakan Wisata Bahari Lamongan merupakan salah satu tempat wisata yang

terbesar di kab. Lamongan dan tempat hiburan yang tepat bagi konsumen baik dari kab. Lamongan maupun Luar kota, sehingga lokasi Wisata Bahari Lamongan tidak mempengaruhi konsumen untuk tidak datang ke tempat Wisata Bahari Lamongan.

5. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 7,450 lebih besar dari 2,47 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan lokasi ( $X_4$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).
6. Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,239, hal ini berarti bahwa fasilitas ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan lokasi ( $X_4$ ) secara bersama – sama dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 23,9% sedangkan sisanya sebesar 76,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

## 6.2 Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, maka perusahaan diharapkan lebih memperhatikan kelengkapan fasilitas, sarana dan prasarana yang mana fasilitas merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam kepuasan konsumen.
2. Untuk Kualitas layanan perusahaan diharapkan untuk mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik atau dapat meningkatkan kualitas layanan untuk lebih baik lagi karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Wisata Bahari Lamongan konsumen akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap layanan tersebut sehingga dalam hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Dalam penetapan persepsi harga perusahaan juga harus memperhatikan kesesuaian harga dengan fasilitas yang dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas, karena jika harga sesuai dengan fasilitas yang dirasakan konsumen puas maka kepuasan konsumen akan meningkat. Namun jika fasilitas tidak sesuai dengan harga yang telah ditetapkan, untuk itu perusahaan sebaiknya dengan cermat memperhatikan dan melihat fasilitas apa yang dirasa kurang lengkap.
4. Dalam penetapan lokasi Wisata Bahari Lamongan untuk selalu tetap memperhatikan lokasi yang ada pada Wisata Bahari Lamongan tersebut, meskipun lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Karena konsumen menilai lokasi yang ada di Wisata Bahari Lamongan cukup strategis serta keamanan yang ada disekitar sudah baik sehingga kepuasan konsumen tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, maka perusahaan harus tetap mempertahankan keamanan yang ada pada lokasi Wisata Bahari Lamongan.

### **6.3 Saran**

Saran – saran yang dapat di ajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Diharapkan bagi Wisata Bahari Lamongan sebaiknya lebih memperhatikan fasilitas yang ada pada Wisata Bahari Lamongan, karena dari hasil penelitian terbukti bahwa fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan. Hal ini dapat dilakukan dengan menambahkan fasilitas yang dirasakan masih belum lengkap serta memberikan kenyamanan dan keamanan fasilitas, sarana dan prasarana wahana permainan.
  - b. Wisata Bahari Lamongan sebaiknya memperhatikan kualitas layanan yang diterapkan oleh perusahaan, karena dari hasil penelitian terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan. Dalam hal ini yang sebaiknya dilakukan oleh Wisata Bahari Lamongan yaitu tetap memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sigap kepada konsumen.
  - c. Wisata Bahari Lamongan sebaiknya juga memperhatikan persepsi harga yang telah di tetapkan oleh perusahaan, karena dari hasil penelitian terbukti bahwa persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan fasilitas yang sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen serta meningkatkan fasilitas yang sudah ada, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mampu bersaing dengan tempat wisata lainnya.
  - d. Wisata Bahari Lamongan sebaiknya tetap memperhatikan lokasi yang ada pada Wisata Bahari Lamongan, karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara

parsial terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan. Hal ini dapat dilakukan untuk selalu memberikan tingkat keamanan disekitar lokasi Wisata Bahari Lamongan yang sudah baik serta menjaga lingkungannya tetap nyaman dan aman.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau mengembangkan variabel – variabel lain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen agar hasil penelitian dapat lebih lengkap.