

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengujian pengaruh Fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau. Maka kesimpulan ini sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.
4. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau dengan.
5. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.
6. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.
7. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai sebagai variabel intervening.

8. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.
9. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.
10. Fasilitas, Promosi, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau disarankan untuk mempertahankan kebersihan objek wisata terutama kebersihan toilet, kenyamanan pengunjung untuk berpiknik, serta mukena masjid lebih diperbanyak.
2. Bagi objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau disarankan untuk lebih kreatif lagi dalam mempromosikan objek wisata air terjun Temam agar menarik perhatian para wisatawan seperti mengadakan pameran di objek wisata dan seharusnya objek wisata air terjun Temam harus memiliki akun sosial media sendiri agar para calon pengunjung dapat lebih mudah mendapatkan informasi terkait objek wisata air terjun Temam itu sendiri.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan cara menambah variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, daya tarik wisatawan, lokasi dan citra merk wisata, dengan harapan penelitian selanjutnya akan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung : Cv pustaka setia. 2015.
- Adi Irawan. *Analisis pengaruh daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada objek wisata teluk kiluan)*. Jurnal 2017
- Adril Jordan Anggono, Sunarti. Pengaruh harga dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (survey pada pengunjung wisata paralayang, kota batu). Jurnal.2018.
- Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini dan Ni Putu Nita Anggraini. Pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi pada pasar seni guwang sukawati). Vol.11, No.1. 28 Februari 2016
- Ahmad Gusful dan Bagus Prasetyo. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung di taman rekreasi kalianget wonosobo. *Volume 10 No. 1, Januari 2015*
- Anwar, Sanusi. *metodelogi penelitian bisni*. Jakarta : Salemba empat. 2014
- Anrietha Lysistrata. *Pengaruh kebijakan harga dan promosi terhadap keputusan pelanggan pada hotel wisata watampone di kabupaten bone*. Jurnal Skripsi. (Makasar : Universitas Negeri Makasar. 2018)
- Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh. *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai bontacos, jombang)*. Komunikasi, Vol. X No. 02, September 2016: 145-160
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182
- Cici safitri dan Ida maftukhah. Pengaruh kualitas layanan, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan melalui keputusan pengunjung. *Management analysis journal* 6 (3) (2017)
- Ansari Harahap. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (pajus) medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7, No. 3, November 2015

- E. Kartika. M. *Pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada mangkok manis Champelas Bandung*. Skripsi. (Universitas Pasundan Bandung 2018)
- Firmansyah, M Anang. *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish. 2018.
- Florentina Anna Trian Pratiwi. *Pengaruh Harga Fasilitas wisata dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata Konservasi (studi pada pengunjung taman safari Indonesia II Prigen, Pasuruan)*. Skripsi. (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2018).
- Fransiska Marlen Baunsele, Abas Kasim, Juita L.D Bessie. *Pengaruh Promosi. Fasilitas, dan harga terhadap keputusan menginap (Studi pada hotel T-more Kupang)*. Jurnal Bisnis dan manajemen Vol. 10, No. 2 Juli 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. 2009.
- Handoko, T. Hanni. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi* .Yogyakarta : BPFE Yogyakarta , 2003.
- Hisar, Martin. *manajemen pemasaran*. Pt sarana tutorial nurani sejahtera. Bandung. 2011
- Huesin, Umar. *Metode riset bisnis*. Jakarta: Gramedia pustaka. 2002.
- Imam Faizal. *Analisis pengaruh fasilitas, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan (studi pada pengunjung obyek wisata brujul adventure park kebumen)*. Jurnal. 2017
- Isnana, Iranita, dan Myrna Sofia. *Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di new marjoly beach and resort dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening*. 2019
- Ismiyati. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi sendratari ramayana prambanan di prambanan*. JPSB Vol.4 No.1, 2016
- Kurniawan Alam Syah Effendi. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan Promosi terhadap Kepuasan pengunjung di museum Ronggowarsito Semarang*. Jurnal. 2014.
- Mahir pradana dan Avian Reventiary, *pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek customade (studi di merek dagang customade Indonesia, Vol 6 No 1, juni 2016, hal 4*
- Mat Amin, Hamdan, dan Ahmad Yani. *Pengaruh kualitas layanan, kebijakan harga dan promosi terhadap keputusan konsumen serta dampaknya pada*

kepuasan konsumen. Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang, Vol 1, No. 2, Edisi Des 2018, hal 58-78

Mia Audina Meilinda dan Sri Langgeng Ratnasari "Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hana Hotel Batam" jurnal Zona Manajerial, Vol 7 No 2 Agustus 2017, Hlm.90-99

Juliansyah, Noor. *Metodelogi penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta: kencana prenada group. 2011.*

Kotler, Philip dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi tiga belas, 2018.

Kotler, Philip dan Gary Amstorng. *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12* . Pt. Erlangga. 2008.

Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo. 2009.

Kotler, Philip 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Purnomo Edwin Setyo. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen "best autoworks"*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 – 764

Singgih Santoso, *Statistik Nonparametrik*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2010.

Siti Rahmah, Wahyu Sri Haryani, dan Teguh Satya Wira. *Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada hairos Water park Medan*. Jurnal. 2018

Syofian Siregar. *Metode penelitian kuantitatif* (Jakarta : prenada group, 2013)

Sudaryono, 2016. *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Cv andi offset. Yogyakarta.

Suharsimi, Arikunto. *prosedur penelitian suatu praktik*. Jakarta: reneka cipta. 2010

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D* : Alfabeta. 2017.

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung, : Alfabeta. 2011

Sujarweni, Wiaratna. *SPPS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Sudarwati, Eny Kustiya, Atika Fikri. *Pengaruh lokasi, Fasilitas, dan pelayanan, terhadap keputusan berkunjung di taman satwa taru jurug Solo*. Jurnal manajemen bisnis Indonesia Vol. 4 Nomor 2, Februari 2017.

William. J. Stanton. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga. 1996. Hlm 430

Yineu Nur Layaalin. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pelanggan top 40 family karaoke Yogyakarta)*. Skripsi, (Yogyakarta : Universitas negeri Yogya, 2017)

Yoan Laura, Yulizar Kasih, Charisma Ayu Pramudita. *Pengaruh kualitas harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan waterpark Danau tanah mas Palembang*. Jurnal.2018

Yuyun mardiyanti dan murwati ningsih “*pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan berkunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata kota semarang*” vol 1, maret 2015.

<https://www.wisatakita.com/wisata/Sumatera.Selatan/Lubuk.Linggau/Air.Terjun.Temam> Keindahan, di akses pada tanggal 2 april 2019 pukul 19:20 Wi