

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hipotesis 1 yang menyatakan Kualitas Obyek Wisata berupa Atraksi (*Attraction*), Fasilitas dan Pelayanan (*Facilities and Service*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Citra Obyek Wisata (*Image and Perception of Destination*), dan Harga (*Price*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata unggulan provinsi Lampung adalah dapat diterima.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dalam niat untuk mengunjungi kembali (*revisit intention*) atau niat untuk melakukan rekomendasi (*recommendation*) pada obyek wisata unggulan provinsi Lampung juga dapat diterima.

Hal ini didasarkan pada :

1. Nilai koefisiensi determinasi (R^2) yang dihasilkan untuk kepuasan wisatawan adalah 0.891. Hal ini berarti sebesar 89% perubahan variabel kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh perubahan variabel Atraksi (*Attraction*), Fasilitas dan Pelayanan (*Facilities and Service*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Citra Obyek Wisata (*Image and Perception of*

Destination), dan Harga (*Price*) secara bersama-sama. Sedangkan sisanya sebesar 11% dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

2. Analisis regresi linier berganda yang dilakukan pada kepuasan wisatawan telah membuktikan bahwa dari kelima variabel yang berpengaruh, masing-masing variabel memberikan tingkat pengaruh yang berbeda. Variabel Aksesibilitas (*Accessibility*) merupakan variabel yang paling mempengaruhi kepuasan wisatawan pada obyek wisata unggulan di provinsi Lampung dengan besar pengaruhnya senilai 0.453 (45,3%). Variabel selanjutnya yang berpengaruh positif dan signifikan urutan kedua terhadap kepuasan wisatawan adalah Fasilitas dan Pelayanan (*Facilities and Service*) dengan nilai koefisiensi regresi 0.370 (37%). Variabel Atraksi (*Attraction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0.299 (29,9%). Variabel Citra Obyek Wisata (*Image and Perception of Destination*) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0.165 (16,5%) dan variabel Harga (*Price*) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0.150 (15%).
3. Nilai koefisiensi determinasi (R^2) yang dihasilkan loyalitas wisatawan adalah 0.353. Hal ini berarti sebesar 35% perubahan loyalitas wisatawan dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kepuasan wisatawan. Sedangkan sisanya sebesar 65% dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4. Analisis regresi linier berganda yang dilakukan pada loyalitas wisatawan telah membuktikan bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.594 (59%).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka diajukan beberapa saran yang dapat dilakukan :

- a. Kepuasan wisatawan terhadap kualitas obyek wisata unggulan provinsi Lampung perlu ditingkatkan dengan memperhatikan variabel-variabel yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan bagi wisatawan ketika berkunjung ke obyek wisata. Ketersediaan dan keterbukaan akses dalam hal ini Aksesibilitas, menjadi variabel yang paling tinggi yang dapat menciptakan kepuasan wisatawan. Karena sebagus apa pun pemandangan alam atau dalam hal ini Atraksi yang ada di dalam suatu obyek wisata, tidak akan bisa menarik banyak pengunjung (wisatawan) apabila akses jalan menuju ke lokasi obyek wisata belum memadai dan tersedia dengan baik. Ini akan menjadi kendala dalam pembangunan kepariwisataan khususnya dalam program peningkatan kunjungan wisatawan dalam mendukung program pemerintah seperti *Visit Lampung* atau pun *Visit Indonesia*. Kemudahan akses baik darat, laut, dan udara harus direncanakan dengan baik dan dioptimalkan sehingga wisatawan yang akan berkunjung pun tidak akan mengalami kendala atau pun kesulitan sehingga dengan kemudahan akses tersebut kunjungan pun akan meningkat dengan sendirinya.

Hal lain yang perlu diperbaiki pada aksesibilitas di kawasan obyek wisata unggulan provinsi Lampung adalah pada indikator keberadaan transportasi umum dan petunjuk jalan menuju kawasan obyek wisata. Indikator ini sangat berpengaruh menentukan kepuasan wisatawan selama berkunjung ke kawasan wisata. Ketersediaan transportasi umum bermanfaat buat wisatawan yang tidak menggunakan kendaraan pribadi ketika berwisata, dan petunjuk jalan berguna dalam menuntun wisatawan selama perjalanan menuju lokasi wisata atau pun petunjuk keselamatan lalu lintas lainnya. Hal ini berlaku kepada seluruh kawasan obyek wisata unggulan provinsi Lampung. Karena keberadaan transportasi umum dirasakan masih cukup kurang dan petunjuk jalan pun masih belum memadai. Sehingga pada titik-titik jalan terutama di kawasan Teluk Kiluan perlu ada pengadaan transportasi umum dan petunjuk jalan yang baik dan memadai hingga lokasi obyek wisata.

Begitu pun kawasan obyek wisata yang lain dalam hal transportasi umum. Sejauh ini masyarakat harus menunggu lama untuk sebuah bus transportasi yang beroperasi di sekitar kawasan wisata karena keterbatasan armada, hal ini belum ditambah dengan terbatasnya jam operasional. Sehingga pada akhirnya, transportasi umum berupa ojek motor yang paling diandalkan para wisatawan. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi pengelola pariwisata setempat dan pemerintah kabupaten serta pemerinta provinsi untuk dapat menyediakan transportasi umum yang memadai dalam rangka mendukung wisatawan di kawasan obyek wisata unggulan provinsi Lampung.

- b. Selain melakukan perbaikan terhadap variabel Aksesibilitas secara khusus, variabel lain yang juga perlu diperhatikan agar dapat tetap menjaga kepuasan wisatawan adalah variabel Fasilitas dan Pelayanan.

Dalam hal ini, setiap obyek wisata harus menyediakan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan selama wisatawan melakukan kunjungan baik berupa fasilitas penginapan dan rumah makan seperti yang telah diteliti dalam penelitian ini. Melalui penyediaan penginapan yang baik yang disesuaikan dengan karakter obyek wisata, sudah cukup untuk memuaskan para wisatawan. Artinya, penginapan tidak harus selalu modern, unsur-unsur tradisional yang masih terkesan alami alam khas bangsa Indonesia pun dapat menjadi daya tarik yang besar bagi wisatawan. Asalkan, fasilitas pendukung lainnya seperti toilet, tempat tidur, dan lain sebagainya tersedia dengan baik dan bersih. Keberadaan rumah makan pun juga menjadi indikator dalam kepuasan wisatawan yang artinya dapat menyediakan kebutuhan dalam hal makanan, fasilitas mesin ATM, dan lain sebagainya yang dapat mendukung kepuasan wisatawan tersebut.

Bila segala fasilitas telah tersedia, faktor pelayanan menjadi salah satu pembentuk kepuasan wisatawan yang juga harus diperhatikan. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik kepada wisatawan, sehingga kunci dari segala kegiatan jasa pariwisata adalah memberikan pelayanan yang terbaik, dengan begitu pengalaman yang tercipta pun akan baik sehingga dapat diceritakan kepada orang lain sebagai tindakan loyalitas berupa rekomendasi. Kesan dan pengalaman yang baik juga dapat membuat wisatawan untuk mau mengulang kunjungan dan datang untuk kesekian

kalinya ke suatu obyek wisata apabila mereka merasa puas. Tujuan ini menjadi alasan mengapa perlunya menjaga fasilitas dan pelayanan bagi setiap obyek wisata agar dapat memberikan yang terbaik kepada seluruh wisatawan yang berkunjung.

- c. Variabel lain berupa Atraksi, Citra Obyek Wisata, dan Harga di kawasan obyek wisata unggulan provinsi Lampung juga tetap harus diperhatikan dan diperbaiki. Seperti yang telah dibahas dalam penelitian ini bahwa keberadaan *souvenir/merchandise* berupa barang yang bisa dibeli oleh para wisatawan sebagai buah tangan ketika berkunjung ke suatu obyek wisata di kawasan obyek wisata unggulan Lampung masih sangat kurang bahkan tidak ada. Padahal sebagai wisatawan, sudah menjadi suatu keinginan yang tidak disengaja apabila berwisata ke suatu daerah pasti selalu ingin dapat membawa buah tangan atau oleh-oleh dari daerah tempat berwisata untuk dikenakan di badan atau dibawa pulang ke daerah asalnya. Misal, keberadaan kaos bertuliskan nama obyek wisata atau provinsi menjadi sangat diminati oleh para wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah.

Pilihan *souvenir* seperti gelang, gantungan kunci, kalung, lukisan dinding, patung, dan lain sebagainya dapat menjadi alternative pilihan pengelola obyek wisata yang bukan tidak mungkin dapat mengerahkan masyarakat atau penduduk setempat untuk berwirausaha menghidupkan roda perekonomian berbasis pariwisata dan ekonomi kreatif. Hal ini adalah yang sebenarnya diharapkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Di mana kegiatan pariwisata di suatu wilayah harus dapat menggerakkan dan memberikan dorongan kepada masyarakat yang berada di sekitar lokasi obyek

wisata untuk dapat memanfaatkan dan melakukan aktivitas sebesar-besarnya dalam rangka mendukung keberadaan obyek wisata secara positif. Karena bukan tidak mungkin, masyarakat yang turut aktif dalam meramaikan keberadaan obyek wisata dapat memberikan keuntungan bagi obyek wisata itu sendiri. Dari keberagaman atraksi yang ada tersebut pun pada akhirnya dapat memberikan citra yang baik bagi obyek wisata yang ada.

Sudah sepatutnya provinsi Lampung belajar dari pariwisata yang ada di provinsi Bali. Bila coba dibandingkan, untuk potensi dan keindahan alam provinsi Lampung sebenarnya tidak terlalu kalah dengan Bali. Wisata ombak dengan pantai nan indah yang bisa menjadi tempat untuk para wisatawan berselancar atau menyelam terdapat di kawasan Tanjung Setia dan Teluk Kiluan, serta di obyek wisata lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Keberagaman hayati flora dan fauna seperti Gajah Sumatera di Taman Nasional Way Kambas dan Hutan Lindung Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, serta keberadaan situs geologi dan sejarah berupa Anak Gunung Krakatau, semua hal tersebut, menjadi magnet atau daya tarik yang luar biasa bagi pariwisata provinsi Lampung.

Namun bila dibandingkan dari sisi pengelolaan, Lampung dirasa masih kurang dalam mengoptimalkan keindahan pariwisata yang dimilikinya.

Masyarakat bali dikenal akan keramahan dan kreativitasnya dalam melayani dan memenuhi keinginan wisatawan dari hal yang kecil sampai yang besar.

Sebagai contoh, di pinggiran pantai kuta dan sebagainya di Bali dapat ditemui sekelompok masyarakat setempat yang menjajakan jasa pelayanan khusus

wisatawan yang ingin rambutnya dikuncir kelabang atau sekedar diurut (*massage*) dan dilulur dengan minyak khas aroma terapi Bali.

Dari hal-hal kecil tersebut, efek yang ditimbulkan berdampak besar dan luar biasa karena ternyata hal tersebut sangat digemari dan diminati oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dengan begitu, pendapatan dan perekonomian masyarakat pun terdorong aktif dan produktif melalui keberadaan kegiatan-kegiatan masyarakat tersebut.

Citra obyek wisata berupa keramahan masyarakat tetap menjadi karakter andalan di seluruh obyek wisata yang ada di Indonesia, termasuk provinsi Lampung. Kita boleh berbangga diri karena masyarakat Indonesia dikenal akan keramahannya dan pelayanannya yang baik terhadap para wisatawan asing. Namun kebanggaan tersebut bukan berarti menjadi tidak diperhatikan oleh pengelola pariwisata baik pemerintah maupun pemilik obyek wisata, serta masyarakat sekitar. Keramahan harus tetap dapat menjadi karakter yang tulus muncul dari semua elemen pariwisata dengan dipadukan pada pelayanan yang ada di kawasan obyek wisata. Keramahan, kebersihan, dan keamanan menjadi satu kesatuan yang harus selalu terjaga dalam suatu obyek wisata agar para wisatawan merasa puas berada di kawasan wisata yang dikunjungi.

- d. Kualitas obyek wisata yang baik merupakan hal utama yang dibutuhkan oleh para wisatawan. Dengan adanya perbaikan kualitas obyek wisata yang berdasarkan pada kelima variabel yang telah diteliti yaitu Atraksi, Fasilitas dan Pelayanan, Aksesibilitas, Citra Obyek Wisata, dan Harga, tentu dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas kegiatan pemasaran jasa dalam

hal ini program promosi pariwisata seperti *Visit Lampung* dan lain sebagainya. Dengan adanya perbaikan kualitas pada masing-masing obyek wisata, diharapkan kemampuan penyediaan jasa yang bersaing semakin meningkat dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan perekonomian masyarakat, sektor swasta, dan pemerintahan di masa yang akan datang.