

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa *Physical evidence* terletak pada kategori yang baik, hal ini mengindikasikan bahwa bauran pemasaran sudah baik namun masih banyak hal-hal yang perlu dibenahi oleh pimpinan terkait dengan pelayanan yang berkualitas. Pada variabel Kepuasan Pengunjung terletak pada kategori yang baik, sehingga perlunya bagi Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait dengan Kepuasan Pengunjung agar pendapatan dari Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo terus meningkat. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis (H_0) yang diuji ditolak, dan sebaliknya hipotesis penelitian (H_1) yang diajukan diterima. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} baik pada taraf signifikan α sebesar 5%. Ini mengindikasikan *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo. Nilai pengaruhnya sebesar 54,3%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya *Physical evidence* dalam mencapai rasa puas bagi pengunjung. Faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung yakni faktor persepsi dari pengunjung itu sendiri.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak manajemen perusahaan Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo untuk terus memebanahi ketersediaan bukti fisik dalam rangka untuk menarik minat dari konsumen atau pengunjung agar menjadi loyal.
2. Perlunya pengembangan atas semua fasilitas Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo terutama dalam hal pembayaran secara elektronik yang harus tersedia serta promo-promo atau diskon yang dapat menarik minat konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan rekonstruksi dari penelitian ini dengan menambah variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Hurriyati, Ratih. 2008. "*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*". Jakarta: Alfabeta CV
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Riduwan. 2007. *Metode Penelitian untuk Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran. Edisi ke tiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supranto, J. 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta, Rineka Cipta
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Sunyoto, Danang, 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit APS (Center of Academy Publishing Service)
- Irine Diana Sari W., 2009. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*, Jojakarta : Nuha Medika
- Majid, Suharto Abdul. 2011. *Customer Services dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Haksever., C. et al. 2000. *Service Management and Operations*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Yoeti. A. Oka. 2003. *Manajemen Pemasaran Hotel*, Jakarta : Penerbit Perca

- Alma, Buchari. 2003. Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Angipora, 2009. Marius P. "Dasar–Dasar Pemasaran". Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Jakarta. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Supranto, J. dan Limakrisna, 2007. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Basu Swastha dan Irawan, 2006, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty,. Yogyakarta.
- Radiosunu. 2001. Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Analisis, Edisi Kedua, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Yazid, 2005. Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi, Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta
- Wood, M. B., 2009, Buku Panduan Perencanaan Pemasaran, Edisi ketiga, Indeks, Jakarta
- Dr. Faris Abdullah kadhim, Thaer F Abdullah, Mahir F Abdullah. 2016. Effects of marketing mix on customer satisfaction: empirical study on tourism industry in Malaysia.
- Niharika. 2015. Effect of marketing mix on customer Satisfaction
- P. Haryoso dan Suhartono. 2014. Pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota Sebagai variabel intervening
- Afrida Shela Mevita dan Heru Suprihhadi. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen
- Tri Wahyudi Dan Yopa Eka Prawatya. 2012. Analisis Pengaruh Marketing mix Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor

CURRICULUM VITAE



Siska S. Amir, dilahirkan di Gorontalo pada tanggal 02 Agustus 1993, beragama Islam jenis kelamin perempuan yang merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Samsur Y. Amir dan Ibu Reni Kadir. Mengawali tingkat pendidikan pada tahun 2001 SDN I Molalahu kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Pulubala pada tahun 2007 setelah itu melanjutkan pendidikan SMA Negeri 1 Limboto pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Negeri Gorontalo, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada tahun 2012.

❖ Pendidikan Formal

1. Peserta Masa Orientasi Mahasiswa Baru (MOMB) Universitas Negeri Gorontalo Tahun Akademik 2012/2013
2. Peserta Pelatihan Komputer dan Internet di Universitas Negeri Gorontalo Tahun Akademik 2012/2013
3. Peserta Kuliah Kerja Sibernas (KKS) Universitas Negeri Gorontalo di Desa Iلودلونا, Kec. Anggrek, Kab. Gorontalo Utara, Provinsi Gorontalo Tahun 2015
4. Peserta Magang Universitas Negeri Gorontalo di Kantor BPR Parodana Tahun 2015
5. Peserta Ujian *Life Skill* Universitas Negeri Gorontalo tahun 2016