

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *audience*. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan *audience*.
2. Harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *audience*. Artinya, penetapan harga tiket yang sesuai dengan kualitas dan nilai yang diterima mampu meningkatkan kepuasan *audience*.
3. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *audience*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh *audience*.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *audience*. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang baik mampu menciptakan loyalitas meskipun faktor lain kurang dominan.
5. Harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas *audience*. Meskipun harga dapat memengaruhi kepuasan, faktor ini tidak secara langsung membentuk loyalitas.
6. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas *audience*. Hal ini menegaskan bahwa citra merek yang kuat dapat meningkatkan keterikatan dan kesetiaan *audience*.

7. Kepuasan *audience* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas *audience*. Dalam penelitian ini, kepuasan belum mampu menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas.
8. Persamaan struktural penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image*, Harga Tiket, dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan *Audience*, yang selanjutnya bersama-sama memengaruhi Loyalitas *Audience*. Variabel yang paling dominan dalam membentuk Loyalitas adalah *Brand Image* dan Kualitas Layanan, sementara Harga Tiket berpengaruh negatif terhadap Loyalitas. Dengan demikian, model persamaan struktural yang dihasilkan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti secara komprehensif. yaitu sebesar $y_2 = 0,377 KL - 0,109 HT + 0,528 BI$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Meningkatkan *Brand Image*. Manajemen perlu memperkuat citra merek melalui strategi promosi yang kreatif, konsistensi kualitas acara, serta menjaga reputasi positif. Hal ini penting karena citra merek terbukti memberikan pengaruh paling dominan terhadap loyalitas *audience*.
2. Memperbaiki dan menjaga Kualitas Layanan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan tanggap terhadap kebutuhan *audience* harus terus ditingkatkan. Fasilitas

penunjang seperti kenyamanan tempat, akses informasi, dan sistem tiket yang mudah juga menjadi bagian penting yang dapat meningkatkan loyalitas.

3. Menetapkan Harga Tiket yang sesuai. Walaupun hasil penelitian menunjukkan harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, harga tetap harus disesuaikan dengan kualitas layanan dan daya beli *audience* agar kepuasan tetap terjaga. Harga yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan minat kunjungan kembali.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Menambahkan variabel lain yang relevan. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel lain seperti kualitas acara, pengalaman *audience*, engagement, atau faktor emosional yang mungkin lebih berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Menggunakan metode penelitian yang berbeda. Selain PLS-SEM, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan metode analisis lain atau pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas.
3. Melakukan penelitian pada konteks berbeda. Penelitian ini berfokus pada konteks tertentu. Peneliti berikutnya disarankan memperluas objek dan sampel penelitian pada lokasi atau jenis acara yang berbeda untuk meningkatkan generalisasi hasil.