

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan pada variabel Atraksi (X1), Amenitas (X2), Fasilitas Penunjang (X3), Aksesibilitas (X4), Aktivitas (X5), *Available Package* (X6), serta Minat Kunjung Kembali (Y) dinyatakan valid dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0.1966 dan reliabel karena seluruh nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0.60. Uji asumsi klasik juga terpenuhi, di mana residual berdistribusi normal ($sig.$ 0.200), tidak terjadi heteroskedastisitas ($sig.$ > 0.05), serta tidak terdapat multikolinieritas ($Tolerance$ > 0.10 dan VIF < 10).

Secara parsial, hasil regresi menunjukkan bahwa variabel Atraksi (X1) menjadi satu-satunya faktor yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali. Nilai koefisien regresinya sebesar 0.067 dengan tingkat signifikansi 0.006, yang berarti semakin baik kualitas atraksi budaya, visual, dan pengalaman estetis yang ditawarkan, semakin tinggi minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Angka ini menegaskan bahwa atraksi merupakan kekuatan utama Pasar Budaya “Keramat”. Di sisi lain, variabel Amenitas (X2), Fasilitas Penunjang/*Ancillary* (X3), Aksesibilitas (X4), dan *Available Package* (X6) justru menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan, yang tercermin dari nilai koefisien regresi yang bernilai negatif dan signifikansi di bawah 0.05. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi wisatawan dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan, baik pada kebersihan, kenyamanan fasilitas, kemudahan akses, maupun kualitas paket wisata. Dengan kata lain, semakin rendah kualitas aspek-aspek tersebut, semakin besar

kemungkinan wisatawan merasa tidak puas dan menurunkan keinginan untuk berkunjung kembali. Sementara itu, variabel Aktivitas (X5) tidak memberikan pengaruh signifikan karena nilai signifikansinya berada di atas 0.05, yang menunjukkan bahwa ragam aktivitas yang disediakan saat ini belum mampu memberikan dorongan kuat bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Secara simultan, keenam variabel 6A memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali dengan nilai $R = 0.797$ dan $R\text{ Square} = 0.636$. Artinya, 63,6% perubahan minat kunjung ulang wisatawan dapat dijelaskan oleh keenam variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman wisata tidak dibangun oleh satu aspek saja, tetapi oleh keseluruhan elemen destinasi yang saling terkait. Dengan potensi kuat pada sisi atraksi, Pasar Budaya “Keramat” dapat meningkatkan loyalitas wisatawan apabila mampu memperbaiki fasilitas, layanan pendukung, aksesibilitas, dan pengemasan paket wisata secara terpadu dan berkelanjutan.

Keenam komponen pariwisata 6A memiliki peranan penting dalam membentuk minat kunjung kembali wisatawan di Pasar Budaya “Keramat” Mojokerto, meskipun masing-masing variabel memberikan pengaruh yang berbeda. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan destinasi secara terpadu, karena kualitas atraksi saja tidak cukup apabila tidak didukung oleh fasilitas, aksesibilitas, dan paket wisata yang memadai. Berdasarkan temuan tersebut, pengalaman wisata di Pasar Budaya “Keramat” masih menghadapi beberapa kendala terkait fasilitas dasar, layanan pendukung, kejelasan informasi, ragam aktivitas, serta pengemasan paket wisata yang belum optimal. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa destinasi memiliki potensi yang kuat dari sisi atraksi budaya, namun masih membutuhkan perbaikan menyeluruh

agar dapat meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan pada akhirnya loyalitas kunjungan ulang wisatawan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, sejumlah saran untuk penelitian dan rekomendasi untuk pengelola Pasar Budaya “Keramat” Mojokerto,

Saran untuk penelitian:

1. Menambah variasi responden

Agar hasil penelitian lebih representatif dan mencerminkan pandangan wisatawan secara lebih luas.

2. Menambahkan variabel lain

Misalnya kepuasan atau citra destinasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang faktor yang memengaruhi minat kunjung ulang.

Saran untuk pengelola Pasar Budaya “Keramat” Mojokerto:

1. Meningkatkan amenities dan fasilitas penunjang

Karena variabel ini berpengaruh negatif, berarti wisatawan merasa fasilitas belum sesuai ekspektasi sehingga perlu diperbaiki.

2. Memperkaya aktivitas wisata

Kegiatan yang lebih interaktif dan menarik dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan mendorong kunjungan ulang.

3. Menyusun dan memperjelas paket wisata

Paket yang lebih jelas, tematik, dan mudah dipahami akan membantu wisatawan merencanakan kunjungan dengan lebih nyaman.