

tinggi pula minat konsumen untuk berkunjung. Serta, menjelaskan bahwa persepsi harga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi konsumen untuk melakukan kunjungan ulang.

4. Minat kunjungan berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* . Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi minat konsumen untuk berkunjung, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang.
5. Model persamaan struktural analisa model pengaruh Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), Presepsi harga (X3) terhadap Minat kunjungan (Y1) di Bhaskara Futsal Arena sebesar  $Y = 0,105 \cdot X1 + 0,394 \cdot X2 + 0,406 \cdot X3$ . Kemudian, pengaruh Kualitas Layanan (X1), Fasilitas (X2), Presepsi harga (X3) terhadap kunjungan berulang (Y2) melalui Minat kunjungan (Y1) sebesar  $Y = 0,114 X1 + 0,406 X2 + 0,561 X3$

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak Bhaskara Futsal Arena diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kembali dari segi kualitas layanan, fasilitas, dan harga terjangkau yang ada di Bhaskara Futsal Arena dengan lebih baik. Karena hal tersebut

memiliki peran penting sehingga dapat meningkatkan pendapatan di Bhaskara Futsal Arena.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak manajemen Bhaskara Futsal Arena sebagai masukan yang dirasakan oleh pengunjung untuk membuat strategi bersaing yang lebih baik lagi kedepannya sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.
3. Nilai  $R^2$  menunjukkan adanya faktor eksternal lain yang memengaruhi minat kunjung dan kunjungan berulang. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti strategi pemasaran, *store atmosphere*, atau *Visual Merchandising*.