

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra Destinasi (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Pantai Mutun.
2. *Experiential Marketing* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Pantai Mutun.
3. Citra Destinasi (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan (Z) di Pantai Mutun.
4. *Experiential Marketing* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan (Z) di Pantai Mutun.
5. Kepuasan Wisatawan (Y) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan (Z) di Pantai Mutun.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran kepada Pantai Mutun maupun bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Pengelola Pantai Mutun

Pengelola lebih meningkatkan pengalaman emosional serta kepuasan wisatawan saat berkunjung ke Pantai Mutun yang akan menciptakan rasa loyalitas wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Mutun.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel citra destinasi dan *experiential marketing* sebagai variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berdampak pada loyalitas wisatawan dan untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan menambah

variabel lain untuk menjelaskan kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan misalnya persepsi harga, perceived value, dan fasilitas.