

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi, temuan lapangan, dan pembahasan teoritis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga tiket terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Payabulan. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, aspek harga seperti keterjangkauan, kesesuaian dengan fasilitas, daya saing, dan kesesuaian dengan manfaat berkontribusi sebesar 0,669 terhadap variasi kepuasan, dengan nilai koefisien korelasi 0,844 dan t_{hitung} 15,261. Temuan ini menunjukkan bahwa harga yang tepat bukan sekadar angka, melainkan mencerminkan nilai dan pengalaman yang dirasakan wisatawan.
2. Sebagian besar wisatawan menilai bahwa harga tiket Payabulan belum sepadan dengan manfaat dan fasilitas yang diterima. Hasil analisis menunjukkan dominasi tanggapan negatif (49%) terhadap pernyataan bahwa harga mencerminkan kenyamanan dan kelengkapan fasilitas. Ini menandakan bahwa persepsi nilai wisatawan masih rendah, dan prinsip keadilan harga dalam ekonomi Islam belum sepenuhnya terwujud dalam kebijakan tarif yang diterapkan.
3. Kepuasan wisatawan di Objek Wisata Payabulan secara dominan dipengaruhi oleh kekuatan daya tarik alam dan kemudahan akses menuju lokasi. Hal ini tercermin dari tingginya tingkat apresiasi responden terhadap keindahan panorama serta kenyamanan dalam mencapai destinasi, yang masing-masing memperoleh tanggapan positif antara 51% hingga 67%. Kedua aspek tersebut berperan penting dalam membentuk pengalaman wisata yang menyenangkan dan menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Objek Wisata Payabulan.

Untuk meningkatkan persepsi wisatawan terhadap nilai yang mereka terima yang pada akhirnya dapat memperkuat kepuasan, membangun kepercayaan, dan menjaga reputasi positif Payabulan dalam jangka panjang pengelola disarankan untuk:

a. Mengevaluasi strategi penetapan harga secara berkala.

Evaluasi ini tidak hanya dari sisi nominal, tetapi juga dari segi kenyamanan, fasilitas, dan pengalaman wisata yang dirasakan wisatawan. Harga tiket perlu mencerminkan kualitas layanan dan prinsip keadilan. Untuk itu, pengelola disarankan meningkatkan fasilitas dasar seperti toilet, tempat duduk, dan area berteduh, menjaga kebersihan secara konsisten, serta menciptakan suasana yang tenang sesuai karakter wisata alam. Selain itu, struktur harga harus seragam dan transparan agar tidak menimbulkan kebingungan atau persepsi tidak adil di kalangan wisatawan.

b. Menggunakan karcis masuk bernomor seri.

Penggunaan karcis bernomor seri dapat membantu pencatatan pengunjung secara sistematis, sehingga mendukung administrasi yang akurat dan perencanaan pengembangan destinasi yang lebih terukur. Pencatatan ini juga memudahkan evaluasi tren kunjungan, identifikasi segmen wisatawan, dan pengambilan keputusan berbasis data untuk pengelolaan jangka panjang.

c. Peningkatan strategi pengelolaan wisata.

Meningkatkan strategi pengelolaan wisata perlu dilakukan dengan memanfaatkan daya tarik alam dan aksesibilitas sebagai kekuatan promosi utama. Untuk membentuk kepuasan yang menyeluruh, pengelola perlu memperbaiki aspek fasilitas dan kebersihan, serta menyediakan informasi harga yang jelas dan adil. Evaluasi menyeluruh terhadap aspek-aspek yang belum optimal penting dilakukan guna meningkatkan kepuasan wisatawan.

secara berkelanjutan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada teknik *sampling incidental* yang berpotensi menghasilkan data yang tidak sepenuhnya representatif. Selain itu, fokus penelitian yang hanya mengkaji satu variabel independen, yaitu harga tiket, belum mampu menangkap seluruh faktor yang turut membentuk kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menggunakan metode *sampling* terarah, agar data lebih representatif.
- b. Mengembangkan model dengan pendekatan *mixed methods* (kuantitatif dan kualitatif). Dengan cara ini, dimensi emosional, persepsi nilai, dan pengalaman subjektif wisatawan dapat tergali lebih mendalam.
- c. Mempertimbangkan analisis segmentasi demografis, seperti usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan, juga perlu dipertimbangkan agar hasil penelitian menjadi lebih kontekstual, representatif, dan aplikatif bagi pengembangan destinasi wisata serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Al Husna, A. F., Prawoto, I., & Maulana, R. (2024). Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(6), 01–15. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.948>
- Arrafi, M. F. Y., Pandega, M. W., & Rahma, S. A. (2024). Pentingnya Kepatuhan Syariah dalam Industri Pariwisata: Analisis Terhadap Riba dan Faktor-Faktor yang Membuatnya Haram. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pariwisata*, 4(1), 14–19.
- Ashoer, M., Revida, E., Dewi, I. K., Simarmata, M. M., Nasrullah, Mistriani, N., Samosir, R. S., Purba, S., Islahuddin, Meganingratna, A., Permadi, L. A., Purba, B., Murdana, I. M., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi Pariwisata* (R. Watrionthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Aziz, M., Mujaahid, S., & Fianto, A. Y. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada kebun Binatang Surabaya. *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 478. <https://doi.org/10.47476/manageria.v4i1.6859>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal. (2024). *Kecamatan Lembah Sorik Marapi Dalam Angka* (Vol. 13). BPS Kabupaten Mandailing Natal.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal. (2025). *Kabupaten Mandailing Natal Dalam Angka Mandailing Natal Regency In Figures 2025* (Vol. 28). Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal.
- Batubara, M., Nasution, N. H., & Arif, M. (2022). Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Mandailing Natal Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan QSPM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 423–429. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4507>
- Bhudiarty, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Farmhouse Lembang. *Management & Accounting Expose*, 2(1), 10–20. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS*. CV IRDH.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE (Global-RCI). <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal. (2022a). *Buku Promosi Pariwisata*.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal. (2022b). *Buku Promosi Pariwisata*.
- Durmaz, Y., Karahan, M., ALSU, E., & DURUR, E. (2016). THE FACTORS AFFECTING PRICING STRATEGIES IN TOURISM ESTABLISHMENTS A FIELD STUDY IN SOUTHEASTERN ANATOLIA REGION IN TURKEY. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT &*

INFORMATION TECHNOLOGY, 11(2), 2740–2746.
<https://doi.org/10.24297/ijmit.v11i2.4868>

- Eviana, N., & Achmadi, R. (2022). Importance Performance Analysis for Destination Attributes Development of Segarajaya Tourism Village, Bekasi Regency. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 263–271.
<https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7579>
- Febriani, R. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KORAN HARIAN FAJAR DI KOTA MAKASSAR (DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)* [JURUSAN EKONOMI ISLAM]. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR.
- Giri, S. I., Sukriah, E., & Afriza, L. (2015). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung di Kawasan Wisata Kampung Batu Malakasari Baleendah Kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 12(2), 57–67.
- Haerisma, A. S. (2018). PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3(2). <http://www.indonesia.travel>.
- Hafidz Ali, M. (2022). *Analisa Perilaku Wisatawan dalam Memutuskan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan di Destinasi Wisata Pulau Pahawang)*. Universitas Lampung.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrionthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Hannanong, I., Kara, M., Masse, Abd. R. A., & Haslin, Muh. I. N. (2024). Ekonomi Islam Ibn Taimiyah Konteks Mekanisme Pasar, Keadilan Harga, dan Kebijakan Moneter. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 22(3), 239–251. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i3.9408>
- Hasudungan, R. T. (2024). Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga melalui Lifestyle. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i1.1474>
- Herna. (2025). *Wawancara dengan pengelola objek wisata Payabulan*.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Hulfa, I., Prianka, W. G., Koondoko, Y. Y. F., Darsana, I. M., Marini, P. L., Rifai, M. S. A., Waruwu, Y., Parta, I. N., Susanto, L., Novianto, U., Sari, A., Nursanti, F., Kurniansah, R., & Kartimin, I. W. (2024). *MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA* (A. A. G. Wijaya, Ed.). PENERBIT INTELEKTUAL MANIFES MEDIA.
- Imansari, N., & Kholifah, U. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN UNTUK PENDIDIKAN KEJURUAN* (N. Imansari, Ed.). UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linear Berganda* (H. Warnaningtyas, Ed.; 1 ed.). Penerbit Lakeisha.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Ismayanti. (2020). *DASAR-DASAR PARIWISATA*. Universitas Sahid Jakarta.

- Jahja, A. S., Ruyani, N. A., Saragih, R., Kennedy, P. S. J., Yuliawati, Y., Supriadi, B., Widianingrum, E., Martiwi, R., Febrianty, Dewi, I. C., Fadli, & Fahmi, M. H. (2020). *Pemasaran Strategik Untuk Pariwisata Berkelanjutan* (M. Y. Sianipar, Ed.). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Juita, R. (2024). *PENGARUH HARGA TIKET DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI GANDORIAH KOTA PARIAMAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH* [Ekonomi Syariah]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Khair, A. A. (2024). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OBJEK WISATA JAWA TIMUR PARK 2* [Prodgram Studi Manajemen]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kurniawan, A. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN* (N. Nur, Ed.). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Kurniawan, J., Puspita Sari, D., Susanty, S., Asir, M., Ilman Mansyur, A., Wicaksono, A., Pawalluri, T., Kharisma Hatibie, I., Milana Sahusilawane, A., Gede Putra Nugraha, I., Adam Hilman, Y., Purwaningrum, H., Made Rianita, N., Sodikin, Mukarromah, I., Niki Suma, N., Randi, Syafrizaldi, & Reza Irwansyah Rezeki, S. (2021). *SOSIOLOGI KEPARIWISATAAN (KONSEP DAN PERKEMBANGAN)* (Rismawati, Ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG. www.penerbitwidina.com
- Muslimin, S., Zainab, & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nugraha, F. A., Novarlia, I., & Sukirman, O. (2024). PENGARUH FASILITAS WISATA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI GUNUNG PUNTANG KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 5(2), 124–134. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.730>
- Pariyanti, E., Buchori, & Rinnanik. (2020). *OBJEK WISATA DAN PELAKU USAHA (Dampak Pengembangan Objek Wisata terhadap Ekonomi Masyarakat)* (E. Pariyanti, Ed.). PUSTAKA AKSARA. www.pustakaaksara.co.id
- Perbawa, K. S. L. P., & Suharyanti, N. P. N. (2023). PRINSIP KEADILAN DALAM PENGELOLAAN INDUSTRI PARIWISATA DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Hukum Saraswati (JHS)*, 5(2). <https://doi.org/10.36733/jhshs.v5i2>
- PRIOTOMO, I. M. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (Studi Kasus di Museum Motor Antik dan Kolam Renang Cak Soen kabupaten Ngawi)* [JURUSAN EKONOMI SYARIAH]. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Ritonga, W. (2020). *PEMASARAN* (Y. B. Kusuma, Ed.). PT. Muara Karya (IKAPI).
- SAFRUDIN. (2021). *PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOLAM RENANG TIRTOJOYO PONOROGO*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). PENERBIT KBM INDONESIA. www.penerbitbukumurah.com
- Sembiring, T., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024a). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (B. Ismaya, Ed.). CV Saba Jaya Publisher.
- Sembiring, T., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024b). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (B. Ismaya, Ed.). CV Saba Jaya Publisher.
- Soumena, F. Y., Imran, Muh. I. N., & Salsabila, T. (2024). KONSEP KEADILAN HARGA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *IKHTISAR: Jurnal Pengetahuan Islam*, 4(1), 27–44. <https://doi.org/10.55062/2021/IJPI>
- Sujarweni, V. W. (2022). *STATISTIK UNTUK BISNIS & EKONOMI* (Mona, Ed.). Penerbit Pustaka Baru Press.
- Supriyadi, B., & Roedjinandri, N. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Universitas Negeri Malang.
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., Sudirman, A., Sisca, Napitupulu, D., & Purba, S. (2020). *Tourism Marketing* (J. Simarmata & A. Rikki, Ed.). Yyayaan Kita Menulis.
- Sutono, A. (2023). *PARIWISATA DAN KETAHANAN NASIONAL*. Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
- Viola, & Ginting, N. (2022). Analisa Teori Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*, 5(1), 644–648. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>
- Widodo, D. E. (2018). *PENGARUH PERCEIVED VALUE, CITRA DESTINASI, DAN MOTIVASI PENGUNJUNG TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA RAINBOW RAFTING PEMALANG* [Jurusan Manajemen]. Universitas Negeri Semarang.
- Wiryada, haykal garin. (2023). KEPUASAN, PROMOSI, PELAYANAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN. *JAHE: Jurnal Ayat dan Hadits Ekonomi*, 1(3), 1–8. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>
- Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan*.
- Yanie, D. S. E., Sanaji, & Artanti, Y. (2024). PENGARUH PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA KEBUN RAYA MANGROVE (KRM) SURABAYA. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 11231–11245.