

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) **Pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya semakin tinggi tingkat pemasaran hijau, semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung Pasar Blumbang Mataram, maka **H1 diterima**.
- 2) **Pemasaran hijau tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya meskipun pemasaran hijau memiliki potensi untuk meningkatkan citra positif suatu destinasi, hal ini belum cukup untuk membangun loyalitas pengunjung Pasar Blumbang Mataram tanpa dukungan dari aspek lainnya, maka **H2 ditolak**.
- 3) **Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya semakin meningkat kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Pasar Blumbang Mataram, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung, maka **H3 diterima**.

- 4) **Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Pasar Blumbang Mataram, semakin tinggi tingkat loyalitas pengunjung, maka **H4 diterima.**
- 5) **Pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya pemasaran hijau yang efektif dapat meningkatkan kepuasan kemudian mendorong terbentuknya loyalitas pengunjung Pasar Blumbang Mataram, maka **H5 diterima.**
- 6) **Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Pasar Blumbang Mataram, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung dan kepuasan tersebut akan mendorong peningkatan loyalitas, maka **H6 diterima.**
- 7) **Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.** Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung, semakin tinggi tingkat loyalitas mereka terhadap Pasar Blumbang Matara, maka **H7 diterima.**

8) **Persentase pengaruh antar variabel**

- a) Persentase pengaruh variabel independen (Pemasaran Hijau dan Kualitas Layanan) mampu menjelaskan variabel mediasi (Kepuasan) sebesar 73,1% dan 16,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.
- b) Persentase pengaruh variabel independen (Pemasaran Hijau dan Kualitas Layanan) dan variabel mediasi (Kepuasan) mampu menjelaskan variabel dependen (Loyalitas Pengunjung) sebesar 64,6% dan 35,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Desa Wisata Wirokerten
 - a. Desa Wisata Wirokerten disarankan untuk lebih mengoptimalkan penerapan strategi pemasaran hijau secara nyata dan konsisten. Praktik-praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan sampah yang baik dan edukasi pengunjung mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, agar menciptakan pengalaman yang memuaskan sekaligus membentuk citra pasar yang peduli terhadap lingkungan. Meskipun pemasaran hijau belum berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pengunjung, kepuasan yang dihasilkan dari

praktik tersebut terbukti mampu menjadi perantara yang penting untuk membangun loyalitas pengunjung secara tidak langsung.

- b. Desa Wisata Wirokerten dapat meningkatkan setiap aspek pelayanan mulai dari keramahan pengelola dan pelaku UMKM, kebersihan lingkungan, kemudahan akses informasi, hingga kelengkapan fasilitas umum agar memberikan kenyamanan dan pengalaman positif bagi para pengunjung. Pelayanan yang berkualitas bukan hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mendorong loyalitas yang berkelanjutan.
- c. Pengelola Desa Wisata Wirokerten sebaiknya mulai merancang program atau kegiatan yang mampu memperkuat hubungan emosional antara pengunjung dan pasar, seperti kartu langganan dan diskon khusus untuk pengunjung setia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sama maupun sejenisnya agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan memperdalam literatur dan menambah variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas pengunjung. Variabel lain seperti citra destinasi, harga, daya tarik dan keberagaman produk dapat menjadi pertimbangan penting untuk diteliti lebih lanjut. Selain itu, pendekatan penelitian yang bersifat kualitatif seperti wawancara mendalam sebagai pelengkap pendekatan kuantitatif, sehingga

diperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap persepsi dan preferensi pengunjung.

- b. Peneliti selanjutnya juga dianjurkan untuk menguji hubungan antar variabel dalam konteks lokasi atau jenis destinasi wisata yang berbeda, agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan ke wilayah yang lebih luas.