

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi citra manfaat wisatawan dan pelajar bahasa Inggris di Pare. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai konsumsi yang diinginkan, maka semakin besar pengaruhnya terhadap persepsi citra manfaat.
2. Nilai konsumsi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku wisatawan dan pelajar bahasa Inggris di Pare. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat keinginan wisatawan dan pelajar terhadap nilai konsumsi, maka semakin kecil pengaruhnya terhadap niat berperilaku.
3. Persepsi citra manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku wisatawan dan pelajar bahasa Inggris di Pare. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi wisatawan dan pelajar terhadap citra manfaat, maka semakin besar pengaruhnya terhadap niat berperilaku.
4. Persepsi citra manfaat berperan sebagai pemediasi pengaruh nilai konsumsi terhadap niat berperilaku wisatawan dan pelajar bahasa Inggris di Pare. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keinginan wisatawan

dan pelajar terhadap nilai konsumsi, maka semakin besar pengaruhnya terhadap persepsi citra manfaat, jika citra manfaat dipersepsikan baik maka semakin besar pengaruh persepsi citra manfaat sebagai pemediasi.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penyebaran responden yang belum merata yaitu hanya pada sebagian kecil lembaga kursus bahasa Inggris yang ada di Pare, sehingga tingkat keterwakilan masih rendah. Selain itu, jumlah responden dalam penelitian ini masih terbatas dan hanya menggunakan 197 responden.
2. Keterbatasan variabel penelitian yang digunakan, sehingga kurang komprehensif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti mengenai pengambilan keputusan wisatawan dan pelajar bahasa Inggris yang ada di Pare.

C. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi lembaga-lembaga kursus bahasa Inggris di Pare

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka peneliti menyarankan kepada para pemilik lembaga-lembaga kursus bahasa Inggris yang ada di Pare untuk lebih memperhatikan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keinginan wisatawan dan pelajar dalam pengambilan keputusan untuk belajar dan berwisata bahasa Inggris di Pare. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa banyak faktor-

faktor yang memengaruhi keputusan untuk belajar dan berwisata bahasa Inggris di Pare selain nilai konsumsi, persepsi citra manfaat dan niat berperilaku.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan pengembangan terhadap variabel-variabel penelitian guna mendapatkan hasil yang lebih baik. Adapun variabel-variabel penelitian yang dimaksud, misalnya: *brand image*, *city image*, *City Branding*, *Branding Public Relation*, dan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan pengambilan keputusan wisatawan dan pelajar untuk berwisata dan belajar bahasa Inggris di Pare. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah sampel penelitian dan keterwakilan semua lembaga-lembaga bimbel yang ada di Pare dalam penelitian agar lebih baik dan komprehensif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.