

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh promosi, aksesibilitas, dan etika bisnis Islam terhadap kepuasan wisatawan Muslim di destinasi halal Jakarta dengan citra destinasi sebagai variabel moderasi, dapat disimpulkan bahwa promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang informatif dan mampu menarik minat wisatawan menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif selama berkunjung. Sementara itu, aksesibilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan, meskipun arah pengaruhnya positif, sehingga kemudahan akses menuju destinasi belum menjadi faktor utama pembentuk kepuasan bagi wisatawan Muslim di Jakarta. Sebaliknya, etika bisnis Islam terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, menegaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip kejujuran, amanah, transparansi, dan profesionalitas menjadi elemen penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan.

Pada aspek variabel moderasi, citra destinasi tidak mampu memperkuat pengaruh promosi maupun aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan, sehingga kedua hubungan tersebut tetap berdiri secara langsung tanpa dipengaruhi oleh persepsi citra destinasi. Namun, citra destinasi terbukti memoderasi pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan wisatawan secara signifikan dengan arah negatif, yang menunjukkan bahwa ketika citra destinasi semakin kuat, kontribusi etika bisnis Islam terhadap kepuasan justru berkurang. Temuan ini mengindikasikan adanya perbedaan persepsi wisatawan dalam menilai faktor etis ketika mereka telah memiliki ekspektasi tinggi terhadap citra destinasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa aspek promosi dan nilai-nilai etis berbasis syariah memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan wisatawan Muslim, sementara aksesibilitas belum menjadi faktor dominan dalam konteks destinasi halal Jakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Cakupan lokasi penelitian terbatas pada empat destinasi wisata halal di Jakarta, sehingga hasilnya belum dapat mewakili seluruh karakteristik destinasi wisata halal di wilayah lain.
2. Variabel penelitian masih terbatas pada promosi, aksesibilitas, etika bisnis Islam, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan, sementara terdapat kemungkinan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Se jauh penelusuran peneliti, belum banyak penelitian terdahulu yang membahas variabel citra destinasi sebagai variabel moderator secara spesifik menjadi tantangan dalam proses perbandingan hasil.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Saran Teoritis

Dari sisi teoritis, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup lokasi penelitian ke destinasi halal lain agar temuan penelitian lebih general dan representatif. Peneliti berikutnya juga dianjurkan menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, pengalaman wisata, atau daya tarik wisata, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan Muslim.

2. Saran Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pengelola destinasi halal di Jakarta dan pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata, khususnya dalam memperkuat strategi promosi digital, memperbaiki aksesibilitas, serta menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara konsisten, seperti kejujuran, amanah, transparansi, dan profesionalitas dalam layanan. Penguatan citra destinasi juga perlu dilakukan melalui peningkatan kebersihan, kenyamanan, keamanan, serta penyediaan fasilitas ramah Muslim. Bagi

pemerintah, diperlukan dukungan terhadap pengembangan infrastruktur, promosi kolaboratif, serta penyusunan pedoman layanan pariwisata halal agar pengelolaan destinasi dapat berjalan lebih optimal.