

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Event Service Quality* terhadap *Destination Image*, *Satisfaction*, dan *Loyalty* pada peserta Mandiri Bintang Marathon 2025, serta menguji peran mediasi *Destination Image* dan *Satisfaction* dalam hubungan tersebut. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4 dan interpretasi model struktural, beberapa kesimpulan utama dapat diambil.

Pertama, *Event Service Quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Destination Image*. Artinya, semakin baik kualitas layanan event yang dirasakan peserta, baik dari aspek *information quality*, *interaction quality*, maupun *facility quality*, maka semakin positif persepsi peserta terhadap citra destinasi Bintang.

Kedua, *Event Service Quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction*. Pengalaman layanan yang baik meningkatkan kepuasan peserta terhadap keseluruhan event. Peserta yang menerima pelayanan informatif, *responsive*, dan fasilitas memadai menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Ketiga, *Destination Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif peserta terhadap Bintang sebagai destinasi wisata turut memperkuat kepuasan mereka dalam mengikuti Mandiri Bintang Marathon.

Keempat, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Event Service Quality*, *Destination Image*, dan *Satisfaction* sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty*. Ini berarti bahwa peserta yang merasakan layanan berkualitas, memiliki persepsi positif terhadap destinasi, dan merasa puas dengan event cenderung memiliki niat kembali mengikuti Mandiri Bintang Marathon serta berpotensi merekomendasikannya kepada pelari lain.

Kelima, penelitian ini juga membuktikan bahwa *Destination Image* dan *Satisfaction* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*. Ketiga jalur mediasi, yaitu mediasi oleh *Destination Image*, mediasi oleh *Satisfaction*, serta mediasi simultan oleh *Destination Image* dan *Satisfaction* menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini mempertegas bahwa kualitas layanan event berkontribusi terhadap loyalitas peserta bukan hanya secara langsung, tetapi juga melalui pembentukan citra destinasi yang positif dan pengalaman kepuasan yang kuat.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengalaman layanan yang baik dalam sebuah event lari tidak hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, tetapi juga membentuk persepsi destinasi dan kesetiaan peserta terhadap event dan lokasi penyelenggaraannya. Temuan ini penting bagi penyelenggara Mandiri Bintang Marathon dalam upaya mempertahankan posisi sebagai salah satu event lari unggulan di Indonesia dan Asia.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Penyelenggara Mandiri Bintang Marathon

a. *Event Service Quality*

Penyelenggara perlu terus meningkatkan kualitas layanan event dengan fokus pada tiga dimensi utama: *information quality*, *interaction quality*, dan *facility quality*.

1. Pada aspek informasi, penyelenggara Mandiri Bintang Marathon perlu meningkatkan platform informasi terpuas sebagai *single source of truth* bagi seluruh peserta yang memuat seluruh detail event secara jelas dan mudah diakses. Selain itu, diperlukan penyampaian informasi bertahap (*layered communication*), seperti melalui email atau pesan singkat yang dikirimkan secara terjadwal menjelang hari pelaksanaan.

2. Pada aspek interaksi, pelatihan rutin bagi staf dan *volunteer* sangat penting untuk memastikan bahwa mereka mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional. Dalam isi kanal komunikasi, penyelenggara perlu meningkatkan kecepatan konsistensi respons panitia, termasuk memastikan adanya petugas khusus yang menangani pertanyaan peserta sebelum dan saat *race day*. Di sisi lain, penguatan koordinasi antar pos juga penting untuk memastikan seluruh panitia memberikan informasi yang sama, sehingga mengurangi potensi kesalahan instruksi di lapangan.

3. Pada aspek fasilitas, penyelenggara perlu memastikan bahwa sarana fisik berorientasi pada efisiensi operasional dan kenyamanan peserta. Pada *area race village* harus dirancang menggunakan prinsip *single directional flow*, yaitu alur pergerakan satu arah yang mencegah kerumunan. Pada fasilitas *water station* perlu disesuaikan dengan distribusi peserta pada tiap zona rute, serta menggunakan *layout* dengan dua sisi pelayanan (*dual sided station*) untuk mempercepat akses air dan mengurangi hambatan pada rute.

b. *Destination Image*

Dalam meningkatkan citra destinasi Bintan, penyelenggara perlu mengelola event marathon sebagai media pembentuk persepsi destinasi (*destination branding tool*), bukan sekadar kompetisi olahraga.

1. Integrasi visual destinasi dalam seluruh touchpoint event

Penyelenggara dapat mewajibkan penggunaan visual lanskap ikonik Bintan (pantai, hutan tropis, *resort area*) pada *race bib*, *backdrop start hingga finish*, *medal design*, serta konten digital resmi. Pendekatan ini memastikan peserta secara konsisten mengasosiasikan pengalaman event dengan citra destinasi Bintan.

2. Kurasi pengalaman wisata berbasis segmentasi pelari

Alih-alih sekadar memberikan rekomendasi umum, penyelenggara dapat menyusun *runner oriented destination guide* yang diklasifikasikan berdasarkan durasi tinggal

(1–2 hari, 3–4 hari) dan tipe pelari (*solo runner*, keluarga, komunitas). Hal ini memperkuat persepsi Bintang sebagai destinasi yang ramah bagi wisata olahraga.

3. Desain rute berbasis *experiential scenery*

Rute lari perlu dirancang tidak hanya berdasarkan aspek teknis, tetapi juga pengalaman visual, dengan penempatan segmen scenic run pada kilometer-kilometer strategis (misalnya km awal dan akhir). Strategi ini mendorong terbentuknya citra destinasi yang menarik secara emosional dan visual.

c. *Satisfaction*

Kepuasan peserta perlu dikelola sebagai *end-to-end experience*, di mana kegagalan pada satu titik operasional dapat menurunkan evaluasi keseluruhan event.

1. Manajemen alur registrasi dan *race pack collection* berbasis *time slot*

Penyelenggara dapat menerapkan sistem pengambilan *race pack* berdasarkan jadwal waktu (*time window*) dan kategori peserta untuk menghindari kepadatan. Implementasi ini meningkatkan persepsi efisiensi layanan dan mengurangi kelelahan sebelum *race day*.

2. Standarisasi layanan di *race day*

Penyelenggara perlu menetapkan *standard operating procedures* yang jelas bagi volunteer dan petugas lapangan, terutama terkait informasi rute, *water station*, dan titik medis. Konsistensi layanan antar pos menjadi kunci dalam menjaga kepuasan peserta selama lomba berlangsung.

3. Optimalisasi pengalaman pasca finish sebagai “*peak moment*”

Area *finish* harus dirancang sebagai zona pemulihan terstruktur yang mencakup hidrasi, nutrisi, dan area istirahat yang memadai. Pengelolaan momen akhir ini penting karena sangat memengaruhi evaluasi keseluruhan pengalaman peserta.

d. *Destination Loyalty*

Loyalitas peserta tidak terbentuk secara spontan, melainkan melalui strategi retensi yang terencana dan berkelanjutan.

1. Pemanfaatan data peserta untuk program retensi

Penyelenggara dapat mengembangkan sistem database peserta untuk menawarkan prioritas pendaftaran dan harga khusus bagi peserta yang pernah mengikuti event sebelumnya, sehingga tercipta insentif konkret untuk berpartisipasi kembali.

2. Strategi komunikasi pasca event berbasis pengalaman personal

Pengiriman konten pasca event sebaiknya dipersonalisasi, seperti hasil lomba, foto di titik tertentu, atau video recap berdasarkan kategori lomba. Pendekatan ini meningkatkan keterikatan emosional peserta terhadap event dan destinasi.

3. Inovasi format dan pengalaman event secara bertahap

Penyelenggara perlu menghadirkan variasi terbatas setiap tahun, seperti penyesuaian rute, tema event, atau pengalaman *race village*, tanpa menghilangkan identitas utama event. Hal ini menjaga rasa kebaruan sekaligus mempertahankan konsistensi *brand*.

4. Penguatan komunitas pelari berbasis digital

Pembentukan komunitas digital resmi Mandiri Bintang Marathon memungkinkan penyelenggara membangun interaksi jangka panjang dengan peserta, memfasilitasi komunikasi dua arah, serta memperkuat loyalitas terhadap event dan destinasi.

5.2.2 Saran bagi Penelitian Mendatang

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan beberapa aspek berikut:

1. Menambahkan variabel lain seperti *Perceived Value*, *Involvement*, atau *Event Image* yang juga berpotensi memengaruhi *Satisfaction* dan *Loyalty*.

2. Menggunakan jumlah sampel lebih besar agar hasil penelitian memiliki generalisasi yang lebih kuat.

3. Melakukan perbandingan antar event, misalnya membandingkan event marathon di Bintan, Bali, atau Jakarta untuk melihat variasi kualitas layanan dan citra destinasi.

4. Menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam, misalnya melalui wawancara dengan peserta atau pihak penyelenggara.

5. Meneliti kategori peserta secara spesifik, seperti membedakan peserta lokal dan mancanegara, atau pemula dan pelari berpengalaman, karena persespi mereka terhadap kualitas layanan dapat berbeda.

Rekomendasi ini diharapkan membantu pihak penyelenggara Mandiri Bintang Marathon untuk dapat meningkatkan kualitas layanan event, sementara penelitian mendatang dapat memperluas pemhaman tentang pemahaman antar event marathon, serta peserta lokal dengan mancanegara.

