

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai variabel-variabel diantaranya *destination image*, *tourist experience*, *tourist satisfaction*, dan *revisit intention* Teruji sampel responden mencapai 215. Karakteristik responden yang diperoleh dari kuesioner penelitian menunjukkan bahwa rata – rata usia responden dalam penelitian adalah 26 sampai 30 tahun, berjenis kelamin perempuan, dan berdomisili Bogor. Analisis data ini dilakukan untuk mengukur keempat variabel tersebut untuk menentukan nilai tersebut. Analisis data penelitian menggunakan empat pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji kelayakan model, dan uji hipotesis dengan menggunakan *software tool* AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H_1), *destination image* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *tourist satisfaction*.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H_2), *tourist experience* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *tourist satisfaction*.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H_3), *destination image* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *revisit intention*.

4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H₄), *tourist experience* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *revisit intention*.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5 (H₅), *tourist satisfaction* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *revisit intention*.
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6 (H₆), *destination image* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* Desa Wisata Ciseeng secara positif dan signifikan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa *tourist satisfaction* memberikan pengaruh yang besar dalam memediasi *destination image* terhadap *revisit intention*.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7 (H₇), *tourist experience* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* Desa Wisata Ciseeng secara positif dan signifikan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa *tourist satisfaction* memberikan pengaruh yang besar dalam memediasi pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan pada BAB 3 dan 4, maka penulis memberikan implikasi teoritis dan implikasi praktis berkaitan dengan penelitian ini. Berikut adalah implikasi dari penelitian:

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi untuk pengembangan penelitian variabel *destination image*, dan *tourist experience* terhadap *revisit*

intention melalui *tourist satisfaction* pada pengunjung Desa Wisata Ciseeng di Jabodetabek. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dikembangkan variabel lain yang mampu mengukur kepuasan wisatawan Desa Wisata Ciseeng. Variabel tersebut seperti kualitas pelayanan yang dilakukan dalam penelitian Imroatul Latifah et al., (2022), merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap pencapaian kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhannya, atau variabel lainnya seperti *perceived value* dalam penelitian Purwianti & Patricia (2021) yaitu penilaian atau persepsi nilai yang dirasakan oleh wisatawan akan tempat wisata tersebut. Dengan begitu bertujuan untuk membantu studi penelitian lain yang membahas berbagai aspek kepuasan wisatawan di Desa Wisata Ciseeng, serta perspektif seseorang terhadap kualitas pelayanan yang lebih baik di masa depan, serta berbagai inovasi yang dapat dinikmati wisatawan setia.

5.2.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dipaparkan sebelumnya, signifikansi penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

- a. Pada indikator *revisit intention* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator minat kunjungan kembali dengan tanggapan 33,5% responden setuju dan 26,5% sangat setuju. Data ini juga menunjukkan bahwa wisatawan kurang memiliki keinginan untuk merekomendasikan Desa Wisata Ciseeng kepada orang lain. Desa Wisata Ciseeng perlu meningkatkan tingkat

ketergantungan wisatawan terhadap pelayanannya dengan berbagai cara seperti menambah jumlah kupon atau promosi yang tersedia contohnya promo “Birthday Promo” bagi yang berulang tahun gratis tiket masuk atau diskon lainnya. Sehingga dengan hadirnya program promo tersebut pengunjung dapat merekomendasikan hal baik kepada wisatawan lain untuk berkunjung ke Desa Wisata Ciseeng (Pelita Desa).

- b. Berdasarkan indikator *tourist satisfaction* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator menyenangkan (*pleased*) dengan tanggapan hanya 33% setuju dan 18,6% sangat setuju. Berdasarkan data tersebut, sebagian wisatawan merasa bahwa kunjungan tersebut tidak mampu memberikan kepuasan secara penuh atas wahana yang disajikan oleh Desa Wisata Ciseeng. Hal ini bisa disebabkan oleh adanya jenis wahana yang sama dengan objek wisata lainnya. Sehingga dengan ini Desa Wisata Ciseeng perlu melakukan riset kembali dengan melakukan revitalisasi fasilitas wahana yang ada dengan mengubahnya menjadi wahana baru atau mungkin menambahkan fasilitas permainan yang unik. Selain itu, pihak Desa Wisata Ciseeng harus tetap menjaga kualitas pelayanan demi mempertahankan tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung.
- c. Pada indikator *destination image* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator citra afektif dengan perolehan 43,3%

setuju dan indikator citra kongnitif 40% sangat setuju. Dengan data tersebut, para wisatawan menilai bahwa Desa Wisata Ciseeng kurang mampu membangkitkan semangat wisatawan dan dianggap kurang mampu menjadi tempat yang menyenangkan bagi wisatawan sehingga belum menjadi faktor kuat dalam citra destinasi yang diberikan oleh Desa Wisata Ciseeng. Pihak objek wisata perlu memperhatikan *destination image* mereka sehingga hal ini tidak menjadi citra yang buruk. Pihak Desa Wisata Ciseeng (Pelita Desa) perlu menerapkan strategi misalnya dengan membangun engagement di sosial media dengan membuat konten kreatif dan membalas pesan-pesan nasabah agar terkesan interaktif. Selain itu juga bisa dengan menerapkan strategi Key Opinion Leader (KOL) dengan menyewa jasa influencer serta tokoh-tokoh publik terkenal untuk mempromosikannya agar persepsi masyarakat tentang Desa Wisata lebih meningkat.

- d. Pada indikator *tourist experience* yang paling tidak berpengaruh ditunjukkan pada indikator staff sekitar 34% setuju dan indikator pengetahuan (*learning*) 32,1% sangat setuju. Data ini menunjukkan juga kekurangan Desa Wisata Ciseeng dari segi pelayanan staff yang diberikan kepada wisatawan dan kurangnya kemampuan Desa Wisata Ciseeng dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melalui kegiatan aktivitas yang diberikan oleh Desa Wisata Ciseeng. Dalam hal ini, pengupayaan

harus dilakukan agar mencapai kriteria terbaik yang perlu dilakukan Desa Wisata Ciseeng dalam pemenuhan kepuasan wisatawan. Termasuk pelayanan staff diharapkan mereka mampu menjalankan tugasnya dengan baik, melayani dan membantu arahan dengan tujuan memberikan kesan baik kepada wisatawan, sehingga mampu membawa suasana kegiatan wisatawan lebih menyenangkan. Selain itu, perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berbagai kegiatannya. Upaya tersebut bisa dilakukan dengan melakukan inovasi mengenai pembelajaran dengan unsur kebudayaan atau mampu melakukan kolaborasi pembelajaran mengenai alam menggunakan metode yang jarang sekali dilakukan pada zaman sekarang. Sehingga mampu memberikan pengalaman berbeda dari objek wisata lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti telah melakukan penelitian ini sebaik-baiknya, namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan. Adapun kekurangan dan keterbatasan dari penelitian ini adalah:

1. Pada variabel *Revisit intention*, terdapat keterbatasan dalam menentukan indikator lain yang dapat digunakan untuk penelitian. Peneliti hanya dapat menggunakan indikator dengan alat yang dianggap sesuai dan relevan dengan penelitian oleh peneliti.
2. Keterbatasan sampel penelitian.

3. Peneliti tidak memiliki referensi yang cukup untuk mendukung proses penelitian.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dan keterbatasan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti merekomendasikan studi lebih lanjut agar dapat memberikan hasil yang lebih baik dan disarankan untuk menambahkan atau memodifikasi dengan variabel lain selain yang ada pada model penelitian ini. Oleh karena itu, sebagai rekomendasi penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel baru seperti *service quality*, *perceived value* dan lain-lain. Perbedaan variabel yang digunakan dapat menunjukkan hasil yang berbeda. Sehingga, hal ini menjadi peluang riset untuk hasil yang lebih baik dan relevan. Selanjutnya, kedepannya perlu adanya pertimbangan kembali subjek penelitian yang digunakan selain wisatawan yang sudah pernah berkunjung dengan kriteria pada penelitian ini, mungkin kedepannya cakupan ruang lingkup populasi lebih luas dan beragam.