

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan bantuan sampel sebanyak 277 responden, penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki berbagai variabel yang mempengaruhi niat mengeksplor kembali ke lokasi wisata *Art Museum Sudut Cerita Kota Bandung*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *daring* maupun *offline*. SPSS digunakan untuk menguji analisis faktor eksplorasi. Selain itu, peneliti juga menggunakan AMOS digunakan untuk menguji analisis faktor konfirmatori saat memproses data penelitian, informasi yang digunakan berupa data primer tentang citra tempat wisata, motivasi pengunjung, nilai yang dirasakan pengunjung, pengaruh *electronic word of mouth*, dan kemungkinan mengeksplor kembali pengunjung.

Berdasarkan analisis, diperoleh hasil yang valid dan reliabel, serta terdapat hipotesis yang positif dan signifikan antara *destination image* terhadap *travel motivation*, *perceived value*, dan *electronic word of mouth*. Penelitian ini juga mengungkapkan hubungan yang positif dan signifikan antara *revisit intention* terhadap *travel motivation*, *perceived value*, *electronic word of mouth*, dan *destination image*. Penelitian ini juga memperluas variabel seperti *planned behavior*, *review rural tourism*, dan *perceived smart tourism technology*. Pembaharuan ini akan berkontribusi pada pengembangan penelitian di masa depan dan menghasilkan pengetahuan baru, khususnya di bidang industry pelancongan.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoretis Penelitian

Penelitian ini juga mengeksplorasi variabel lain yang jarang digunakan oleh parapeneliti dalam mempelajari Art Museum Sudut Cerita dan lokasi lainnya, seperti *planned behavior*, *review rural tourism*, *perceived smart tourism technology* dan masih banyak yang lainnya seperti pada penelitian Pai et al. (2020) dan Soliman (2021). Selain itu, terdapat juga peran dari perspektif internal dari tempat wisata itu sendiri, seperti *destination competitiveness*, *transport infrastructure*, *safety* dan *security* seperti pada penelitian (Cronjé & du Plessis, 2020). Dengan pembaharuan ini akan membantu pengembangan studi kedepannya dan menjadi pengetahuan baru, terutama dibidang industri pelancongan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel yang digunakan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelancong untuk mengeksplor kembali ke *Art Museum* Sudut Cerita. Setiap variabel diwakili oleh beberapa indikator indikator yang akan dimasukkan ke dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut dapat diketahui indikator mana yang memiliki respon negatif paling tinggi, yang kemudian dapat dijadikan saran bagi pihak manajemen *Art Museum* Sudut Cerita untuk meningkatkan kunjungan pelancong.

Tanggapan negatif tertinggi pada variabel *destination image* terdapat pada indikator DI1 "Saya mengunjungi museum seni Sudut Cerita untuk menikmati karya seni yang disajikan." Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Art Museum* Sudut Cerita perlu meningkatkan penataan *display* karya seni

yang strategis untuk menciptakan pengalaman spesial yang lebih baik. Seperti dengan menambahkan variasi karya seninya, dan menambahkan *sound* pada setiap karya seni untuk memberikan informasi kepada pengunjungnya.

Tanggapan negatif tertinggi pada variabel *travel motivation* terdapat pada indikator TM1 "Saya berkunjung ke *Art Museum* Sudut Cerita untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru." Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru dicapai melalui motivasi fisik. Motivasi fisik bertujuan untuk memulihkan kondisi fisik, bersantai, berolahraga, dan menjaga kesehatan agar dapat membangkitkan kembali semangat kerja. Oleh karena itu, maksud dari motivasi fisik adalah ketika pengunjung datang ke *Art Museum* Sudut Cerita untuk melihat dan merasakan konsep seni yang unik dan istimewa, sehingga memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman baru. Dengan hal ini, museum seni harus menciptakan konsep seni yang lebih unik dan istimewa untuk membuat pengunjung penasaran.

Tanggapan negatif tertinggi pada variabel *perceived value* terdapat pada indikator PV9 "*Art Museum* itu mudah diakses." Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak pengelola wisata *Art Museum* Sudut Cerita diharapkan dapat menyediakan akses yang mudah dijangkau oleh pengunjung. Seperti memberikan pelang petunjuk jalan disetiap titik menuju *Art Museum* Sudut Cerita. Harapannya, agar kedepannya pengunjung dapat mudah dan cepat mengakses empat wisata *Art Museum* Sudut Cerita. Sehingga dengan adanya akses yang cepat dan mudah akan menimbulkan niat mengeksplor kembali pelancong.

Tanggapan negatif tertinggi pada variabel *electronic word of mouth* terdapat pada indikator W1 "Saya lebih sering membicarakan *Art Museum* Sudut Cerita dibandingkan dengan lokasi lainnya." Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran digital sosial mendorong pengunjung untuk memberikan ulasan yang positif, sehingga tercipta *word of mouth*. Untuk meningkatkan kesan yang positif melalui digital *digital*, *Art Museum* Sudut Cerita harus memanfaatkan manajemen digital sosial memberikan informasi yang lebih jelas kepada pengunjung, yang pada akhirnya menumbuhkan niat untuk mengeksplor kembali.

Tanggapan negatif tertinggi pada variabel *revisit intention* terdapat pada indikator RI3 "Art Museum Sudut Cerita merupakan pilihan utama saya dibandingkan dengan lokasi lainnya." Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa *Art Museum* Sudut Cerita untuk menjadi lokasi pilihan utama yaitu dengan cara, mereka harus meningkatkan manajemen mereka, menambah karya seni yang unik dan kreatif untuk menjadi simbol ikonik, dan meningkatkan lingkungan sekitar termasuk parkir, toilet, kebersihan, dan aksesibilitas. Selain itu, keramahan para staf *Art Museum* Sudut Cerita juga sangat penting. Perbaikan-perbaikan ini akan memastikan bahwa pengunjung merasa senang dan akan memilih *Art Museum* Sudut Cerita sebagai tujuan utama mereka dan akan merekomendasikan ke orang lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Temuan-temuan dari penelitian yang dilakukan telah disimpulkan dan disusun dengan beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Selama menjalani penelitian, hal hal yang menjadi keterbatasan salah satunya adalah pemerataan dan penyebaran isi dari survei kuesioner kegiatan penelitian. Hal tersebut dikarenakan kriteria responden yang terbatas pada saat peneliti melakukan penyebaran kuesioner langsung ke lokasi penelitian.
2. Selain itu, dalam metode penyebaran kuesioner peneliti masih belum memaksimalkan potensi yang ada di digital sosial yang lebih populer dari Instagram, seperti Twitter, Facebook, atau laman berita serta artikel *daring*.
3. Secara teknis, peneliti mendapatkan kendala dalam melakukan penyebaran kuesioner kepada para pengunjung setelah peneliti mengirimkan link kuesioner. Banyak dari mereka yang tidak mengisi kuesioner dikarenakan metode penelitian yang berebda seperti dengan populasi yang kurang luas dan penggunaan instrumen penelitian yang terlalu banyak.

5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Pelaksanaan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya untuk memaksimalkan data dan pengetahuan serta potensi yang dimiliki baik itu pengunjung dan juga objek wisata dari *Art Museum Sudut Cerita Kota Bandung*, seperti *theory planned behaviour*, *review*, *rural tourism*, *perceived tourism smart technology* dan masih banyak yang lainnya seperti pada penelitian Pai (2020) dan Soliman (2021). Selain itu, terdapat juga peran dari perspektif internal dari tempat wisata itu sendiri, seperti *destination competitiveness*, *transport infrastructure*, *safety and security* seperti pada penelitian (Cronjé & du Plessis, 2020). Dengan pembaruan ini akan membantu pengembangan studi

kedepannyadan menjadi pengetahuan baru, terutama dibidang industri pelancongan.

Selain itu, pelaksanaan penelitian selanjutnya yang selaras dapat mengadopsi metode teknik analisa data yang berbeda untuk pengunjung *Art Museum* Sudut Cerita Kota Bandung atau lainnya yang mengeksplor kembali untuk memperoleh data secara lebih menyeluruh tentang layanan wisata menurut penilaian pengunjung.

