

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Wisata Candi Borobudur selama ini telah menarik perhatian para wisatawan domestik maupun mancanegara. Candi Borobudur sebagai salah satu wisata di Indonesia yang sukses di tingkat internasional dan belum adanya penelitian mengenai Candi Borobudurn yang menggunakan *Destination Image*, Kepuasan Wisatawan, *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Destination Image* sebagai variabel *Independen* (X), Kepuasan wisatawan sebagai variabel *Intervening* (Y) dan *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* sebagai variabel *Dependen* (Z), maka atas dasar penjabaran pemikiran diataslah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Niat Berkunjung Kembali ke Candi Borobudur : Mengukur *Destination Image*, *Word Of Mouth* And *Tourist Satisfaction*.”

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah Candi Borobudur, alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan sumber responden yang sesuai kriteria peneliti untuk melakukan penelitian, yang dalam pengambilan responden di lokasi tersebut terdapat banyak wisatawan yang

pernah berkunjung kembali ke Candi Borobudur, dimana wisatawan tersebut merupakan responden dalam penelitian ini.

Metode penelitan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu variabel independen, variabel dependen, dan intervening. Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis-hipotesis dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen yaitu *Destination Image*, Sedangkan variabel *intervening* adalah *Tourist Satisfaction*. Dan variabel dependen yaitu *Revisit Intention* dan *Word of Mouth*

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah wisatawan yang pernah berkunjung kembali ke Candi Borobudur. Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah populasi tak hingga (*infinite population*) karena jumlah wisatawan tidak diketahui secara pasti oleh peneliti dan cenderung tidak terbatas.

Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Batasan *purposive sampling* ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung kembali ke Candi Borobudur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Peneliti mengambil skala Likert pilihan enam, adapun kegunaan dari skala *Likert* enam ini agar responden tidak memberikan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi.

Peneliti menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS dan SPSS untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Uji validitas kuesioner dalam penelitian peran *Destination Image* dalam memengaruhi perilaku wisatawan untuk mengunjungi kembali ke Candi Borobudur, dengan menggunakan program SPSS VERSI 24. Uji reliabilitas pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha. Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) atau Permodelan persamaan struktural.

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* **Diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *Destination Image* atau Citra Destinasi merupakan penyebab timbulnya *Revisit Intention* atau niat berkunjung kembali terhadap Candi Borobudur.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Tourist Satisfaction* **Diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *Destination Image* atau Citra Destinasi merupakan penyebab timbulnya *Tourist Satisfaction* atau kepuasan wisatawan terhadap Candi Borobudur.

3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Word of Mouth*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *Destination Image* atau Citra destinasi merupakan penyebab timbulnya *Word of Mouth* atau Percakapan dari Mulut ke Mulut terhadap Candi Borobudur.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *Tourist Satisfaction* atau kepuasan wisatawan merupakan penyebab timbulnya *Revisit Intention* atau Niat Berkunjung Kembali terhadap ke Candi Borobudur.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Word of Mouth*. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa *Tourist Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika *Tourist Satisfaction* atau kepuasan wisatawan merupakan penyebab timbulnya *Word of Mouth* atau Percakapan dari Mulut ke Mulut terhadap Candi Borobudur.

1. Implikasi

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Y dan Z. Begitu juga dengan variabel Z berpengaruh positif terhadap Variabel Y, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat di perbaiki yaitu :

a. *Variabel Revisit Intention (Z1)*

Pada variabel Revisit Intention pernyataan “Saya akan mengunjungi Candi Borobudur lagi untuk berlibur” memiliki jumlah tidak setuju terbanyak. Hal itu membuktikan bahwa Candi Borobudur tidak memiliki fasilitas yang baik. Akibatnya wisatawan tidak berniat untuk mengunjungi Candi Borobudur.

b. *Variabel Word of Mouth (Z2)*

Pada variabel Word of Mouth pernyataan “Saya lebih sering berbicara tentang Candi Borobudur daripada tempat wisata lain” memiliki jumlah tidak setuju terbanyak. Hal itu membuktikan bahwa Candi Borobudur tidak memiliki fasilitas yang baik. Akibatnya wisatawan tidak berniat untuk mengunjungi Candi Borobudur.

c. *Variabel Tourist Satisfaction (Y)*

Pada variabel Tourist Satisfaction pernyataan “saya puas menggunakan transportasi umum di Candi borobudur” memiliki jumlah tidak setuju terbanyak. Hal ini membuktikan bahwa Candi Borobudur tidak dapat

menggunakan transportasi umum di Candi Borobudur. Akibatnya wisatawan tidak berniat untuk kembali mengunjungi Candi Borobudur.

d. *Variabel Destination Image (X)*

Pada variabel Destination Image pernyataan “Candi Borobudur memiliki ikon pariwisata yang indah” memiliki jumlah tidak setuju terbanyak. Hal itu membuktikan bahwa Candi Borobudur tidak memiliki pariwisata yang indah. Akibatnya wisatawan kurang menyukai Candi Borobudur.

2. Saran

a. Saran Praktis

Candi Borobudur telah memiliki kepopuleran yang cukup tinggi sebagai destinasi wisata di nusantara, bahkan di mancanegara. Kepopuleran yang dimiliki Candi Borobudur dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur terutama pada liburan sekolah. Apa yang dicapai oleh Candi Borobudur selama ini sebenarnya adalah sebuah capaian prestasi bagi destinasi wisata di dalam negeri. Namun tentu masih banyak hal yang dapat dioptimalkan demi terus meningkatkan daya tarik dan tentu saja niat wisatawan untuk mengunjungi kembali ke Candi Borobudur.

Pihak karyawan Candi Borobudur harus dapat mempertahankan elemen *Destination Image* yang telah dianggap bagus oleh masyarakat. Karyawan Candi Borobudur dapat lebih aktif lagi dalam meningkatkan pelayanan sehingga akan ada lebih banyak orang yang mengunjungi Candi Borobudur.

Citra Destinasi Candi Borobudur dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif, pengelola dapat menambahkan beberapa fasilitas pendukung

yang akan memperkaya pengalaman pengunjung yang datang ke Candi Borobudur sehingga akan tercipta Citra Destinasi yang kuat yang akan membuat Candi Borobudur memiliki daya tarik yang tinggi bagi wisatawan.

Kepuasan Wisatawan pengunjung Candi Borobudur dalam penelitian ini menunjukkan perilaku yang positif. Oleh karena itu pihak pengelola Candi Borobudur harus tetap menjaga kualitas pelayanan yang telah ada. Pihak pengelola juga dapat meningkatkannya dengan memperluas jenis layanan yang disediakan oleh Candi Borobudur sebagai mempertahankan tingkat kepuasan wisatawan yang mengunjungi Candi borobudur.

Niat Berkunjung Kembali terhadap Candi Borobudur dalam penelitian ini menunjukkan perilaku yang positif, hal ini merupakan sebuah capaian yang baik bagi pihak pengelola Candi Borobudur dimana telah banyak wisatawan yang ingin mengunjungi Candi Borobudur. Pihak pengelola harus mampu menjaga dengan baik elemen *Citra Destinasi*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* yang dalam penelitian ini dianggap mampu menjadi pengaruh bagi tingginya niat berkunjung kembali para wisatawan. Mulai dari meningkatkan dan memperluas jaringan *Word of Mouth* yang telah dimiliki, menambah fasilitas yang dimiliki, hingga meningkatkan kualitas pelayanan yang ada, sehingga akan terbentuk Niat Berkunjung Kembali yang tinggi terhadap Candi Borobudur.

Pihak pengelola Candi Borobudur harus dapat mempertahankan elemen *Word of Mouth* yang telah dianggap bagus oleh wisatawan. Pengelola Candi Borobudur dapat lebih aktif lagi dalam memberikan kampanye di media

sosial maupun website mereka sehingga akan ada lebih banyak orang yang membicarakan Candi Borobudur.

b. Saran Teoritis

Hasil penelitian adalah suatu hal yang bersifat dinamis atau karena selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman dan waktu. Maka dari itu, penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengubah ataupun menambahkan variabel lain pada obyek penelitian yang sama agar peneliti dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali dan kepuasan wisatawan pada suatu obyek. Selain itu, penelitian ini juga dapat dilakukan selain di Candi Borobudur.

Penelitian ini juga dapat di perkuat dengan menambahkan data-data dari berbagai sumber agar hasil didapat menjadi lebih akurat. Selain itu, peneliti yang akan melakukan penelitian setelah ini disarankan untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel bebas.