

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang sudah dilakukan, analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis SEM mengenai pengaruh *storytelling* terhadap *travel intention* dengan *social media engagement* sebagai variabel mediasi pada *followers* Instagram Siliwangi Holiday dapat disimpulkan bahwa :

1. Gambaran *storytelling*, *social media engagement* dan *travel intention* sebagai berikut :
 - a. Gambaran *storytelling* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *audience*, *personalization*, *media*, *technology*, *conversation*, *interaction* dan *experience* yang berada pada garis kontinum kategori sangat tinggi. Hal ini menggambar bahwa *followers* Instagram Siliwangi Holiday memandang *storytelling* Instagram Siliwangi Holiday memiliki performa yang positif. Dimensi *storytelling* yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu dimensi *interaction*, dimensi kedua *experience*, dimensi ketiga *conversation*, dimensi keempat *audience*, dimensi kelima *technology*, dimensi keenam *media* dan dimensi dengan ketercapaian terendah *personalization*.
 - b. Gambaran mengenai *social media engagement* dapat dilihat dari dimensi-dimensi yang terdiri atas *utility*, *creation* dan *hedonism* yang berada pada garis kontinum katerogi sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa *followers* Instagram Siliwangi Holiday memandang Instagram Siliwangi Holiday memiliki tingkat kesadaran merek yang tinggi sehingga *engagement* Instagramnya pun tinggi. Urutan dimensi *social media engagement* yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu dimensi *creation*,

selanjutnya dimensi *hedonisme*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah *utility*.

- c. Gambaran mengenai *travel intention* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *destination attractiveness*, *motivation* dan *e-WOM* yang berada pada garis kontinum kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa *followers* Instagram Siliwangi Holiday melihat *travel intention* yang diberikan Siliwangi Holiday memperlihatkan kinerja yang baik. Dimensi *travel intention* yang memiliki kontribusi tertinggi, yaitu dimensi *motivation*, selanjutnya dimensi *destination attractiveness*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah *e-WOM*.
2. *Storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* secara parsial pada *followers* Instagram Siliwangi Holiday, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio* yang lebih besar dari nilai minimal artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *storytelling* memiliki terhadap *travel intention*.
3. *Storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *social media engagement* secara parsial pada *followers* Instagram Siliwangi Holiday, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio* yang lebih besar dari nilai minimal artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *storytelling* memiliki terhadap *social media engagement*
4. *Social media engagement* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* secara parsial pada *followers* Instagram Siliwangi Holiday, hasil ini berdasarkan besaran nilai *critical ratio* yang lebih kecil dari nilai minimal artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *social media engagement* terhadap *travel intention*
5. *Storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* melalui *social media engagement* secara simultan pada *followers* Instagram Siliwangi Holiday. Hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio*

yang lebih besar dari nilai minimal, hal ini memiliki arti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* melalui *social media engagement*. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung *storytelling* terhadap *travel intention* melalui *social media engagement*. Hasil kontribusi *storytelling* dalam membentuk *travel intention* adalah dimensi *interaction* yang berkolerasi dengan dimensi *destination attractiveness*, *storytelling* terkecil dalam membentuk *travel intention* adalah dimensi *audience* yang berkolerasi dengan dimensi *motivation*. Kontribusi *social media engagement* dalam membentuk *travel intention* adalah dimensi *utility* dengan korelasinya terhadap *destination attractiveness social media engagement* dalam membentuk *travel intention* adalah dimensi *utility* dengan korelasinya terhadap *destination attractiveness*, sedangkan faktor terkecil variabel *social media engagement* terkecil dalam membentuk *travel intention* adalah dimensi *creation* yang berkolerasi dengan dimensi *motivation*.

5.2 Rekomendasi

1. Gambaran *storytelling*, *social media engagement* dan *travel intention* sebagai berikut :
 - a. *Storytelling* pada Siliwangi Holiday secara keseluruhan mendapatkan nilai yang cukup tinggi, namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan nilai terendah sehingga kinerja *storytelling* dapat menjadi lebih baik. Dimensi yang memiliki perolehan tanggapan paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya dalam *storytelling* yaitu *personalization*. Hal ini memiliki arti bahwa Siliwangi Holiday memiliki kemampuan yang minim dalam membuat konten *storytelling* yang bersifat personal, unik dan sesuai dengan kepribadian dan kebutuhan *followers*. Berdasarkan keadaan tersebut peneliti merekomendasikan agar Siliwangi Holiday mampu untuk menyesuaikan pola *storytelling* yang

followers inginkan, lalu membuat konten *storytelling* yang unik dan di-*personalization* sesuai dengan kegiatan yang sedang berlangsung.

- b. *Social Media Engagement* pada Siliwangi Holiday secara keseluruhan memperoleh tanggapan yang cukup baik, Adapun faktor yang harus ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang memiliki nilai paling rendah diantara dimensi lain sehingga akan meningkatkan kinerja *social media engagement*. Dimensi *utility* memiliki perolehan tanggapan yang paling rendah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar *followers* Instagram Siliwangi Holiday belum merasakan manfaat atau kegunaan dari konten dan aktivitas yang dilakukan di Siliwangi Holiday. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti memberikan rekomendasi untuk menyediakan informasi yang lengkap dan terstruktur terkait destinasi, paket tour, dan layanan pemesanan, mengembangkan fitur-fitur yang dapat memudahkan interaksi dan transaksi, seperti chatbot, pembayaran digital, dan integrasi dengan aplikasi peta dan melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkala terhadap kemudahan penggunaan platform media sosial.
- c. *Travel intention* pada Siliwangi Holiday secara keseluruhan mendapatkan nilai yang cukup tinggi, namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan nilai terendah sehingga kinerja *travel intention* dapat menjadi lebih baik. Dimensi yang memiliki perolehan tanggapan paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya dalam *travel intention* yaitu *e-WOM*. Hal ini menunjukkan bahwa *e-WOM* masih perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti memberikan rekomendasi untuk Siliwangi Holiday harus meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan *followers* melalui Instagram. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan konten yang lebih menarik dan mudah untuk dibagikan oleh *followers*, serta memberikan tanggapan yang cepat dan responsif terhadap ulasan atau komentar dari *followers*. Dengan cara

melakukan hal itu mampu memberikan nilai positif kepada *followers*, tetapi kontribusinya belum sebesar *motivation* dan *destination attractiveness*.

2. Pengaruh *storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* secara parsial, demikian peneliti merekomendasikan Siliwangi Holiday untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas *storytelling* dengan persepsi positif melalui dimensi *audience, personalization, media, technology, conversation, interaction* dan *experience* agar *followers* mendapatkan pengalaman positif dan terus melihat *storytelling* Instagram Siliwangi Holiday
3. Pengaruh *storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *social media engagement* secara parsial, demikian peneliti merekomendasikan Siliwangi Holiday untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan performa *social media engagement* melalui dimensi *utility, creation* dan *hedonism* agar dapat meningkatkan *social media engagement* pada Instagram Siliwangi Holiday.
4. Pengaruh *social media engagement* terhadap *travel intention* tidak menunjukkan hasil positif dan signifikan secara parsial dalam membentuk *travel intention* melalui dimensi *destination attractiveness, motivation* dan *hedonisme*.
5. Hasil penelitian menyatakan bahwa *storytelling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *travel intention* melalui *social media engagement* secara simultan untuk mempertahankan *followers* Instagram Siliwangi Holiday untuk terus melakukan *travel intention*, akan lebih baik apabila Siliwangi Holiday mengoptimalkan *storytelling* melalui konten *storytelling* yang bersifat personal, unik dan sesuai dengan kepribadian dan kebutuhan *followers* sehingga akan menciptakan *social media engagement*. Dalam hal ini *followers* akan mendapatkan pengalaman positif dan memiliki kemungkinan untuk terus

melihat *storytelling* Instagram Siliwangi Holiday sehingga akan meningkatkan *travel intention*.

6. Penelitian ini masih memiliki kelemahan karena dilakukan selama satu waktu (*cross sectional*) sehingga memiliki kemungkinan perubahan dalam perilaku *followers*, dalam penelitian ini juga hanya mewakili sebagian *followers* Instagram Siliwangi Holiday. Selain itu, variabel yang digunakan belum seluruhnya dapat mewakili faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel *travel intention*, maka dari itu pada penelitian selanjutnya peneliti merekomendasikan *satisfaction*, *information quality*, *service quality*, *trust*, dan *loyalty*, dimensi dan pengukuran yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.