

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian deskriptif statistik dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana yang dilaksanakan di Kota Bandung dengan memanfaatkan hasil tanggapan dari 140 responden mengenai pengaruh atribut yang membangun *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention*, bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian memperlihatkan jika seluruh atribut yang membangun *memorable tourism experience*, secara keseluruhan mendapatkan predikat “Tinggi”. Ini berarti seluruh atribut yang membangun *memorable tourism experience* berkontribusi secara tinggi dalam menciptakan pengalaman wisata yang tak terlupakan. Hal ini dapat dirasakan wisatawan melalui kondisi fisografi dan iklim Kota Bandung yang memiliki pemandangan yang menarik dan cuaca yang segar mampu meningkatkan semangat berwisata; Keberagaman hiburan di Kota Bandung yang unik dan berkualitas memberikan kesegaran dan semangat dalam berwisata; Masyarakat yang ramah dan hangat yang mengundang partisipasi aktif dengan budaya lokal memperkaya pengalaman wisata.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *revisit intention*, secara keseluruhan, berada di predikat “Tinggi”. Ini menggambarkan jika wisatawan memiliki keinginan yang tinggi untuk mengunjungi Kota Bandung dan memberikan rekomendasi kepada keluarga, teman, dan kerabat.
3. Hasil penelitian menandakan bahwa atribut yang membangun *memorable tourism experience* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *revisit intention*

dengan persentase 64,1%. Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa nilai konstan sebesar 2,578 memberikan gambaran bahwa variabel atribut yang membangun *memorable tourism experience* bernilai tetap. Selain itu, setiap peningkatan 1 satuan pada atribut yang membangun pengalaman wisata tak terlupakan berkontribusi pada peningkatan niat berkunjung kembali sebesar 0,062. Sementara itu, faktor 35,9% lainnya dipengaruhi dengan keinginan untuk bertemu lagi dengan orang yang sama dan keinginan untuk menjelajahi lebih detail.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh atribut yang membangun *memorable tourism experience* di Kota Bandung terhadap *revisit intention*, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menggunakan hasil penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana atribut yang membangun *memorable tourism experience* di Kota Bandung dapat memengaruhi *revisit intention*. Hasil dari data yang diolah oleh peneliti menghasilkan atribut '*the quality of services*' di Kota Bandung menempati urutan terakhir dalam membangun pengalaman wisata yang berkesan bagi wisatawan. Walaupun hasil ada di kategori "Baik", namun peningkatan kualitas pelayanan di Kota Bandung perlu ditingkatkan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pengelola perlu fokus pada beberapa aspek kunci, seperti pelatihan karyawan yang menyeluruh harus dilakukan untuk memastikan bahwa setiap karyawan memiliki keterampilan komunikasi dan layanan pelanggan yang baik. Pelatihan ini harus bersifat berkelanjutan untuk menjaga keterampilan mereka tetap baik. Selain itu, respon cepat terhadap permintaan dan keluhan wisatawan sangat penting sehingga penting untuk memahami sistem yang

Azzahra Nasywaa Syairidia, 2024

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT YANG MEMBANGUN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE)
TERHADAP REVISIT INTENTION DI KOTA BANDUNG

Univeritas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

efisien untuk menangani masalah agar wisatawan merasa dihargai dan diperhatikan. Dengan cara ini diharapkan mampu memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, dan memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada sampel dimana penelitian ini hanya memiliki 140 responden. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah sampel yang lebih besar lagi sehingga dapat menghadirkan informasi yang lebih luas dan mempresentasikan hasil yang lebih baik. Selain itu, dikarenakan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan eksplorasi lebih mendalam dengan melaksanakan penelitian dengan variabel bebas lainnya yang memengaruhi variabel *revisit intention*.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan selalu menunjukkan keramahan kepada wisatawan dan bekerja sama dengan pengelola destinasi untuk menciptakan lingkungan yang ramah dan menyambut.

5.3 Limitasi Studi

Dalam penelitian ini, terdapat limitasi. Salah satu keterbatasan utama adalah kriteria responden. Responden yang diperoleh tidak sesuai dengan kriteria peneliti dan sesuai dengan harapan. Dengan menyadari keterbatasan ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang lebih realistis mengenai generalisasi temuan dan rekomendasi penelitian lebih lanjut.