

BAB 5

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan penjelasan yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Kepuasan Berkunjung memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi Loyalitas Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Analisis menunjukkan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung dengan nilai t-hitung sebesar 5.855 dan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa ulasan positif yang tersebar secara elektronik sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya juga mempengaruhi loyalitas mereka.

Kepuasan Berkunjung terbukti menjadi variabel paling dominan dalam menentukan Loyalitas Pengunjung, dengan nilai t-hitung 9.638 dan koefisien regresi terstandarisasi sebesar 0.526. Kepuasan yang tinggi selama kunjungan berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas, menunjukkan bahwa pengunjung yang puas cenderung lebih loyal dan sering kembali ke TMII. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa baik e-WOM maupun Kepuasan Berkunjung memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kepuasan pengunjung dan pemanfaatan e-WOM sebagai strategi pemasaran adalah langkah yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengunjung di TMII.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis yang menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* dan Kepuasan Berkunjung mempengaruhi Loyalitas Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), serta bahwa Kepuasan Berkunjung merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi Loyalitas Pengunjung, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Optimalkan Pengelolaan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*
 - a. Strategi Pemasaran Digital: TMII sebaiknya mengembangkan strategi pemasaran digital yang kuat untuk meningkatkan *e-WOM* positif. Ini bisa dilakukan melalui kampanye media sosial, program referral, dan insentif untuk ulasan positif dari pengunjung. Mengelola dan merespons ulasan online dengan aktif dapat membantu membangun reputasi positif dan mempengaruhi calon pengunjung secara positif.
 - b. Monitoring dan Respons: Penting untuk memantau *e-WOM* secara teratur dan merespons ulasan serta komentar dari pengunjung. Tanggapan yang cepat dan profesional terhadap ulasan negatif dapat membantu memperbaiki persepsinegatif dan meningkatkan kepuasan pengunjung.
 - c. Program Loyalty dan Rekomendasi: Menciptakan program loyalitas yang mendorong pengunjung untuk merekomendasikan TMII kepada teman dan keluarga dapat memperkuat pengaruh positif dari *e-WOM*. Misalnya, memberikan diskon atau hadiah untuk referensi dapat memotivasi pengunjung untuk berbagi pengalaman positif mereka.
2. Fokus pada Peningkatan Kepuasan Berkunjung
 - a. Evaluasi dan Peningkatan Layanan: Untuk meningkatkan Kepuasan Berkunjung, TMII perlu secara rutin mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Ini termasuk pelatihan staf, perbaikan fasilitas, dan peningkatan kualitas atraksi serta kebersihan. Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi pengunjung akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali dan menjadi pengunjung yang loyal.
 - b. Survei Kepuasan Pengunjung: Melakukan survei kepuasan pengunjung secara berkala dapat memberikan wawasan tentang area yang memerlukan perbaikan. Feedback dari pengunjung harus digunakan untuk membuat perubahan yang relevan dan meningkatkan pengalaman kunjungan secara keseluruhan.
 - c. Penawaran dan Promosi Khusus: Menawarkan promosi dan penawaran khusus yang sesuai dengan preferensi pengunjung dapat meningkatkan kepuasan mereka. Misalnya, menyediakan paket keluarga atau diskon

musiman bisa menjadi cara efektif untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

1. Manfaatkan Kepuasan Berkunjung sebagai Faktor Utama dalam Strategi Pemasaran
 - a. Komunikasikan Kepuasan Pengunjung: TMII harus menyoroti tingkat kepuasan pengunjung dalam materi pemasaran mereka. Menunjukkan ulasan positif dan testimoni dari pengunjung yang puas dapat menarik pengunjung baru dan menguatkan loyalitas pengunjung yang sudah ada.
 - b. Program Penghargaan untuk Pengunjung Setia: Mengimplementasikan program penghargaan untuk pengunjung yang sering datang dapat memperkuat loyalitas. Program ini bisa berupa kartu anggota dengan manfaat eksklusif atau sistem poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah.
 - c. Pengalaman Pengunjung yang Konsisten: Pastikan bahwa semua aspek kunjungan, mulai dari awal hingga akhir, memberikan pengalaman yang konsisten dan memuaskan. Pengunjung yang merasa puas pada setiap kunjungan mereka lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikan TMII kepada orang lain.

Dengan menerapkan saran-saran ini, TMII dapat memaksimalkan pengaruh positif dari *e-WOM*, meningkatkan kepuasan pengunjung, dan memperkuat loyalitas mereka. Pendekatan yang berfokus pada pengalaman pengunjung akan membantu TMII dalam mempertahankan dan menarik pengunjung serta membangun reputasi yang kuat di pasar.