

BAB VI

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

6.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Pengalaman Unik* dan *Cultural Contact* terhadap *Revisit Intention* dengan mempertimbangkan peran mediasi *Memorable* dan *Word of Mouth* pada pengunjung museum di Jawa Barat. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, berikut disampaikan simpulan yang menjawab setiap perumusan masalah penelitian:

1. Secara umum, pengunjung museum di Jawa Barat memberikan penilaian yang tinggi terhadap lima variabel utama dalam penelitian ini, yakni *Pengalaman Unik*, *Cultural Contact*, *Memorable*, *Word of Mouth*, dan *Revisit Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasakan pengalaman yang unik, kontak budaya yang kuat, pengalaman yang berkesan, serta memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan dan mengunjungi ulang museum yang dikunjungi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis bahwa *Pengalaman Unik* berpengaruh terhadap *Word of Mouth* melalui *Memorable* tidak terbukti signifikan. Artinya, pengalaman unik yang dialami pengunjung tidak cukup kuat untuk membentuk kenangan yang kemudian memengaruhi perilaku merekomendasikan museum kepada orang lain.
3. Pengaruh *Pengalaman Unik* terhadap *Revisit Intention* dengan Mediasi Paralel oleh *Memorable* terbukti secara signifikan memediasi pengaruh *Pengalaman Unik* terhadap *Revisit Intention* secara paralel. Artinya, pengalaman unik yang dirasakan pengunjung menimbulkan kesan mendalam yang secara langsung meningkatkan niat mereka untuk berkunjung kembali.
4. Pengaruh *Pengalaman Unik* terhadap *Revisit Intention* dengan Mediasi Serial oleh *Memorable* dan *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan. Pengalaman yang unik menciptakan kesan mendalam, yang kemudian mendorong pengunjung untuk menyampaikan cerita positif kepada orang lain, dan pada akhirnya memperkuat Niat Berkunjung Kembali.

5. Pengaruh *Cultural Contact* terhadap *Word of Mouth* melalui *Memorable* pada pengunjung museum di Jawa Barat berpengaruh secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa interaksi budaya meninggalkan kesan atau kenangan yang mendalam dan akan mendorong rekomendasi yang positif.
6. Pengaruh *Cultural Contact* terhadap *Revisit Intention* melalui *Memorable* pada pengunjung museum di Jawa Barat. *Cultural Contact* berpengaruh positif melalui *Memorable* pada *Revisit Intention*, menunjukkan bahwa interaksi budaya meninggalkan kenangan yang mendorong kunjungan ulang.
7. Pengaruh *Cultural Contact* terhadap *Revisit Intention* dengan Mediasi Serial oleh *Memorable* dan *Word of Mouth* berpengaruh signifikan. Proses ini memperlihatkan bahwa pengalaman budaya yang bermakna mampu membentuk kesan yang membekas, mendorong penyebaran informasi positif, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pengunjung untuk berkunjung kembali.
8. Pengaruh Pengalaman Unik dan *Cultural Contact* terhadap *Revisit Intention* melalui *Memorable* dan *Word Of Mouth* pada pengunjung museum di Jawa Barat secara simultan berpengaruh positif.
9. Pengaruh Pengalaman Unik dan *Cultural Contact* terhadap *Word Of Mouth* melalui *Memorable* pada pengunjung museum di Jawa Barat. *Cultural Contact* berpengaruh signifikan, sementara Pengalaman Unik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Word of Mouth* melalui *Memorable*.

6.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai model pengalaman unik dalam meningkatkan niat berkunjung kembali pada pengunjung museum di Jawa Barat dihasilkan temuan sebagai berikut:

1. Pengalaman budaya yang bersifat pasif atau informatif saja tidak cukup untuk mendorong Niat Berkunjung Kembali; pengunjung cenderung tidak termotivasi untuk kembali hanya karena melihat atau mengenal budaya yang ditampilkan tanpa adanya kedalaman emosional atau keterlibatan pribadi.

2. Kontak budaya yang tidak terintegrasi dengan elemen emosional dan pengalaman personal cenderung mudah dilupakan dan kurang mampu menciptakan keterikatan psikologis dengan pengunjung.
3. Museum berisiko kehilangan potensi pengunjung yang loyal, karena meskipun memiliki konten budaya yang kaya, penyajiannya tidak mampu meninggalkan kesan mendalam yang mendorong kunjungan ulang.
4. Efektivitas promosi berbasis pengalaman budaya menurun, jika interaksi yang ditawarkan tidak mampu menciptakan cerita atau pengalaman yang layak dibagikan oleh pengunjung.
5. Pengunjung museum di Jawa Barat mungkin lebih menghargai pengalaman yang memicu emosi, interaksi, atau pembelajaran personal, sehingga kontak budaya perlu dikemas ulang menjadi pengalaman yang lebih imersif dan partisipatif.
6. Pengelola museum perlu memaksimalkan jalur mediasi seperti *Memorable* dan *Word of Mouth* sebagai perantara strategis untuk memperkuat dampak *Cultural Contact* terhadap Niat Berkunjung Kembali.

6.3. Rekomendasi

6.3.1. Rekomendasi Teoritis

1. Pengembangan Teori Pengalaman Budaya, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan teori pengalaman budaya, khususnya dalam konteks museum, dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kedalaman dan kualitas pengalaman pengunjung. Penekanan pada variabel-variabel lain seperti interaksi sosial atau elemen storytelling dapat menjadi tambahan penting dalam teori ini.
2. Integrasi Word of Mouth dalam Model Pengalaman Wisata, Disarankan untuk memasukkan elemen *Word of Mouth* dalam teori pengalaman wisata budaya. Penelitian lebih lanjut dapat memperdalam pemahaman mengenai bagaimana WOM mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan, terutama dalam konteks kunjungan berulang ke museum.
3. Penyempurnaan Model Pengaruh Kontak Budaya terhadap Loyalitas Pengunjung, Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengalaman yang berkesan dalam meningkatkan loyalitas pengunjung, namun perlu ada pengembangan lebih lanjut tentang bagaimana aspek-aspek sosial dan budaya

dapat memperkuat hubungan antara pengalaman kontak budaya dan Niat Berkunjung Kembali.

4. Perluasan Konsep Mediasi dalam Pengalaman Pengunjung, Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam peran mediasi, baik secara paralel maupun serial, yang dapat menghubungkan pengalaman langsung (seperti kontak budaya) dengan Niat Berkunjung Kembali. Hal ini dapat memperkaya pemahaman mengenai mekanisme pengaruh antarvariabel dalam model pengunjung museum.
5. Model Teori Pengaruh *Memorable* pada Niat Berkunjung Kembali, Mengingat pentingnya *memorable* dalam penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan model yang lebih rinci mengenai bagaimana pengalaman yang *memorable* membentuk keputusan pengunjung untuk kembali. Peneliti dapat mengeksplorasi dimensi-dimensi lain dari *Memorable* yang lebih spesifik dan terukur.

6.3.2. Rekomendasi Praktis

a. Bagi pemerintah

1. Dukungan Kebijakan untuk Pengembangan Museum, Pemerintah perlu memberikan dukungan kebijakan dalam bentuk pendanaan atau insentif bagi museum yang ingin meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Pendanaan untuk proyek digitalisasi atau pengembangan pameran interaktif bisa sangat bermanfaat.
2. Promosi Museum Sebagai Destinasi Wisata Budaya, Pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan pengelola museum untuk mempromosikan museum sebagai bagian dari destinasi wisata budaya yang lebih luas. Ini termasuk dalam paket wisata budaya yang ditawarkan kepada wisatawan domestik dan mancanegara.
3. Pengembangan Infrastruktur Pendukung, Untuk menarik lebih banyak pengunjung, pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur pendukung di sekitar museum, seperti akses transportasi umum, fasilitas parkir, serta sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan pengunjung.
4. Peningkatan Program Edukasi untuk Pengunjung, Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam program edukasi yang melibatkan sekolah atau universitas untuk mengadakan kunjungan ke museum. Ini dapat

menciptakan kesadaran lebih besar tentang pentingnya nilai budaya dan sejarah.

5. Kolaborasi Antar-Pemangku Kepentingan, Pemerintah perlu mendorong kolaborasi antara museum, komunitas lokal, dan sektor pariwisata untuk menciptakan program bersama yang dapat meningkatkan daya tarik museum, baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan asing.

b. Bagi pihak manajerial pengelola museum

1. Pengembangan Pengalaman Interaktif, Museum perlu mengembangkan pameran yang tidak hanya mengandalkan visual tetapi juga interaktif. Teknologi seperti augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) dapat digunakan untuk membuat pengalaman lebih menarik dan mendalam bagi pengunjung.
2. Meningkatkan Konten Berbasis Emosi dan Budaya, Pengelola museum harus menciptakan pameran dengan elemen cerita yang menggugah emosi pengunjung, serta menggunakan elemen budaya lokal yang lebih kental. Pengalaman yang emosional dapat menciptakan kesan yang lebih kuat, yang mendorong pengunjung untuk berbagi pengalaman mereka (WOM).
3. Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial, Pengelola museum perlu memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk mempromosikan museum dan menciptakan WOM positif. Menyediakan insentif bagi pengunjung yang membagikan pengalaman mereka melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung.
4. Fasilitas Foto dan Aktivitas Sosial, Memberikan spot foto yang menarik dan melibatkan pengunjung dalam aktivitas yang dapat dibagikan ke media sosial akan membantu menciptakan WOM positif. Spot foto dengan latar belakang menarik bisa menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung yang aktif di media sosial.
5. Program Loyalitas Pengunjung, Pengelola museum perlu menawarkan program loyalitas untuk pengunjung yang sering datang. Program ini dapat berbentuk diskon tiket atau akses eksklusif ke acara khusus di museum, yang akan meningkatkan niat pengunjung untuk kembali.

c. Bagi User (Pengunjung)

1. Untuk meningkatkan kunjungan, museum diharapkan memberikan tayangan teknologi interaktif (Virtual Reality /Augmented Reality dalam menceritakan Sejarah museum tersebut
2. Museum menyediakan workshop, pertunjukan tradisional, atau mengadakan sesi interaktif dengan komunitas local dalam memperkenalkan budaya langsung setempat
3. Pihak museum menyediakan pemandu atau staf yang bisa menceritakan tentang koleksi museum
4. Dengan spot foto menarik pengunjung museum bisa membagikan momen menarik melalui sosial medianya
5. Museum memberikan Kesan yang memberikan ikatan emosional, memberikan nilai hidup dan menginspirasi pengunjung
6. Pengunjung bisa membagikan pengalaman kepada teman, keluarga, di media social.
7. Pengunjung bisa memberikan ulasan di platform digital seperti google reviews, trip advisor, atau media social
8. Mengunjungi museum secara berkala, terutama saat ada pameran tematik atau acara khusus
9. Menjadikan kunjungan ke museum sebagai gaya hidup, pembelajaran, dan rekreasi.

6.3.3. Rekomendasi penelitian selanjutnya

1. Eksplorasi Pengaruh Faktor Sosial dan Demografis. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji bagaimana faktor-faktor sosial dan demografis (seperti usia, pendidikan, atau latar belakang budaya) memengaruhi pengalaman pengunjung dan Niat Berkunjung Kembali.
2. Studi Longitudinal untuk Mengukur Niat Berkunjung Kembali. Penelitian yang lebih mendalam menggunakan desain penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk memantau perubahan Niat Berkunjung Kembali dari waktu ke waktu, serta faktor-faktor apa yang paling memengaruhinya.
3. Pengaruh Pengalaman Digital terhadap Kunjungan Fisik. Penelitian berikutnya bisa fokus pada pengaruh pengalaman digital, seperti virtual tours atau aplikasi museum, terhadap niat pengunjung untuk datang secara fisik ke museum.

4. Investigasi Faktor Lain yang Mempengaruhi Word of Mouth. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi terbentuknya *Word of Mouth*, seperti pengaruh dari media massa, testimoni pengunjung sebelumnya, atau ulasan di platform daring.
5. Model Pengalaman Pengunjung yang Lebih Kompleks. Penelitian berikutnya bisa mengembangkan model pengalaman pengunjung yang lebih komprehensif dengan menggabungkan lebih banyak variabel seperti suasana museum, interaksi dengan staf, serta pengaruh dari acara khusus yang diadakan oleh museum.

Dengan rekomendasi-rekomendasi ini, diharapkan museum, pemerintah, dan peneliti dapat mengembangkan lebih lanjut pemahaman dan strategi dalam menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung, meningkatkan loyalitas mereka, serta memperkuat citra museum sebagai destinasi wisata budaya yang menarik.