

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis deskriptif dan verifikatif terhadap wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata Dusun Bambu, diperoleh sejumlah temuan teoritis dan empiris. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak IBM SPSS AMOS versi 24.0 *for windows* untuk melakukan pengujian hipotesis terkait pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* melalui *trust*. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menghasilkan temuan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai *tourist experience* di Dusun Bambu terdiri dari tujuh dimensi yaitu *learning*, *enjoyment*, *escape*, *refreshment*, *novelty*, *involvement*, dan *local culture*. Setiap dimensi terdiri dari tiga pernyataan, dan berada pada kategori sangat baik. Hal ini dapat dinyatakan jika tingkat *tourist experience* yang dimiliki Dusun Bambu mendapatkan penilaian dan respon yang sangat baik. Dimensi *learning* memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan enam dimensi lainnya. Berdasarkan temuan secara verifikatif bahwa dimensi *novelty* merupakan dimensi yang tertinggi membentuk *tourist experience*, dibandingkan dimensi lainnya.
2. Gambaran mengenai *trust* di Dusun Bambu terdiri dari tiga dimensi diantaranya *competence*, *benevolence*, dan *credibility*. Setiap dimensi terdiri dari tiga pernyataan, secara keseluruhan variabel *trust* terletak pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *trust* pada Dusun Bambu mendapatkan penilaian dan respon yang sangat baik. Nilai tertinggi terletak pada dimensi *competence*. Sedangkan berdasarkan hasil verifikatif, dimensi *benevolence* merupakan dimensi yang paling besar berpengaruh dalam membentuk *trust*.
3. Gambaran *revisit intention* di Dusun Bambu terdiri dari dua dimensi yaitu *intention to revisit* dan *intention to recommend* yang masing-masing dimensi terdiri dari tiga pernyataan. Secara keseluruhan, *revisit intention* berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini berarti dapat dinyatakan bahwa tingkat *revisit intention* di Dusun Bambu mendapatkan respon dan penilaian yang sangat baik. Dimensi *intention to recommend* merupakan dimensi yang memiliki skor lebih tinggi dibandingkan dimensi *intention to revisit*. Selaras dengan hasil analisis

verifikatif bahwa *intention to recommend* merupakan dimensi yang lebih tinggi membentuk *revisit intention* dibandingkan dimensi *intention to revisit*.

4. Peneliti mengkaji hasil penelitian terkait pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* melalui *trust*, yakni:
 - a. *Tourist experience* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *trust*.
 - b. *Tourist experience* tidak memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap *revisit intention*.
 - c. *Trust* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *revisit intention*.
 - d. *Trust* memiliki efek mediasi yang positif dan signifikan terhadap hubungan antara *tourist experience* dan *revisit intention*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* melalui *trust* pada wisatawan yang berkunjung ke Dusun Bambu, penulis merekomendasikan beberapa hal yang dipaparkan melalui pembahasan berikut ini.

1. *Tourist experience* perlu diperkuat dari aspek *novelty*, karena merupakan dimensi yang paling besar berkontribusi dalam membentuk *tourist experience*. Perlu difokuskan pada menyediakan pengalaman yang memuaskan, seperti selalu ada sesuatu hal yang baru dan unik untuk dieksplorasi setiap kunjungannya. Peningkatan *novelty* dalam activity seperti penambahan wahana yang menarik wisatawan secara kuat.
2. *Trust* perlu dilakukan upaya untuk memperkuat dimensi *benevolence*, karena dimensi *benevolence* merupakan dimensi yang paling tinggi dalam membentuk *trust*. Destinasi wisata Dusun Bambu perlu menunjukkan kepedulian yang nyata terhadap wisatawan melalui layanan yang ramah. Perlu ditingkatkan kepekaan dari pihak pengelola agar tidak hanya memberikan pelayanan yang ramah tetapi peka terhadap kebutuhan wisatawan ketika berkunjung ke Dusun Bambu.
3. *Revisit intention* perlu diupayakan untuk memperkuat *intention to recommend*. *Intention to recommend* merupakan bentuk promosi tidak langsung yang sangat bernilai karena datang dari pengalaman pribadi dan dianggap lebih dipercaya dibandingkan iklan formal. Oleh karena itu, destinasi wisata Dusun Bambu

perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya berfokus pada menarik wisatawan baru, tetapi juga mendorong wisatawan yang pernah berkunjung untuk berkunjung kembali, sehingga menciptakan keterikatan emosional yang mendalam antara wisatawan dengan destinasi wisata.