

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik, hasil penelitian dan pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda antara *word of mouth* dengan keputusan berkunjung pada wisatawan nusantara Pemandian Air Panas Cikundul, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan wisatawan nusantarayang berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul mengenai *word of mouth* yang terdiri dari *talkers*, *topics*, *tools*, dan *taking part*. *word of mouth* yang dilaksanakan di Pemandian Air Panas Cikundul mendapatkan penilaian yang cukup tinggi. Penilaian tertinggi diperoleh dimensi *talkers*, pesan positif yang disampaikan melalui perbincangan wisatawan mengenai Pemandian Air Panas Cikundul memberikan dampak yang luar biasa pada Pemandian Air Panas Cikundul, pemandangan alam sekitar yang indah dan khasiat mata air panas untuk kesehatan kulit telah mampu membuat wisatawan sukarela merekomendasikan Pemandian Air Panas Cikundul kepada orang-orang terdekat, pesan yang menyebar juga mampu membuat Pemandian Air Panas Cikundul populer di Kota Sukabumi. Sedangkan yang memperoleh penilaian yang terendah adalah dimensi *tools*, hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung ke PAP Cikundul kebanyakan tidak aktif mencari informasi mengenai PAP Cikundul melalui internet, selain itu pihak PAP Cikundul juga belum memaksimalkan penggunaan media *online* dan media sosial. Memanfaatkan media internet sebagai alat untuk kegiatan WOM akan memberikan dampak yang besar pada PAP Cikundul.
2. Tanggapan wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul dinilai tinggi. Dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi adalah pilihan penyalur, hal ini dikarenakan secara keseluruhan pelayanan dan fasilitas di Pemandian Air Panas Cikundul dirasa

cukup baik oleh wisatawan, khususnya aksesibilitas menuju Pemandian Air Panas Cikundul yang mudah dijangkau. Penilaian terendah yaitu pada dimensi waktu kunjungan, hal ini dikarenakan kebanyakan wisatawan berkunjung ke PAP Cikundul pada akhir pekan, jarang wisatawan yang berkunjung ke PAP Cikundul pada hari kerja, dan pada hari libur nasional PAP Cikundul tidak seramai pada akhir pekan.

3. Penelitian ini menunjukkan *word of mouth* di Pemandian Air Panas Cikundul yang terdiri dari *talkers*, *topics*, *tools*, dan *taking part*, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara, secara parsial terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan yaitu *topics* dan *taking part*. Pengaruh yang signifikan yaitu terdapat pada dimensi *topics*, hal ini dikarenakan *topics* memiliki peranan penting dalam kegiatan *word of mouth*, dengan munculnya perbincangan dan pertukaran pesan positif mengenai Pemandian Air Panas Cikundul akan mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, dan pada akhirnya akan memberikan dampak yang luar biasa pada Pemandian Air Panas Cikundul. Pada dasarnya *topics* memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan *word of mouth*, karena tanpa *topics* pesan positif mengenai Pemandian Air Panas Cikundul tidak akan menyebar dengan baik, dan *word of mouth* tidak akan terjadi, selain dimensi *topics*, selain dimensi *topics* partisipasi PAP Cikundul mampu menciptakan keputusan berkunjung wisatawan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian, maka penulis memberikan rekomendasi untuk Pengelola Pemandian Air Panas Cikundul sebagai berikut:

1. *Word of mouth* merupakan salah satu upaya untuk menciptakan keputusan berkunjung. *Word of mouth* secara umum terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara individu Pemandian Air Panas Cikundul. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat dilihat bahwa pada *word of mouth* terdapat dimensi yang memiliki penilaian terendah terhadap keputusan

berkunjung, yaitu pada *tools* atau perlengkapan yang diperlukan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan WOM. Maka diharapkan pengelola meningkatkan pemanfaatan segala perlengkapan yang dapat membantu kegiatan *word of mouth*, salah satunya diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan media internet khususnya media sosial, karena di era digital ini media sosial akan sangat membantu kegiatan *word of mouth*, karena pertukaran informasi melalui media sosial sangat cepat.

2. Pada keputusan berkunjung terdapat dimensi yang mendapatkan penilaian terendah, yaitu waktu kunjungan. Hal ini dikarenakan kebanyakan wisatawan berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul pada akhir pekan, wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Air Panas pada saat hari kerja terbilang jarang, selain itu pada masa liburan nasional wisatawan yang datang tidak sebanyak pada akhir pekan. Maka dari itu diharapkan pengelola dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada hari kerja, salah satunya dengan cara mengembangkan Pemandian Air Panas Cikundul dengan menambah atraksi wisata agar wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung, contohnya membangun *waterboom* di kolam air dingin.
3. Penerapan *word of mouth* di Pemandian Air Panas Cikundul mendapatkan penilaian yang baik dari wisatawan nusantara individu. Oleh karena itu diharapkan pihak pengelola dapat menjaga dan meningkatkan *Standard Operation Procedure* (SOP) agar semakin baik pelayanannya sehingga akan semakin banyak wisatawan yang membantu kegiatan *word of mouth*. Selain itu untuk meningkatkan keputusan berkunjung diharapkan pengelola meningkatkan upaya pemasarannya, dan segenap karyawan diharapkan dapat terlibat dalam kegiatan *word of mouth*, agar dampaknya maksimal.
4. Penelitian ini masih banyak kekurangan seperti dalam kajian teoritik *word of mouth* dan keputusan berkunjung. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih rinci dalam menggunakan referensi yang lebih luas mengenai kedua konsep tersebut. Selain itu diharapkan penelitian selanjutnya meneliti kajian

pemasaran yang berhubungan dengan penelitian ini seperti *word of mouth positive* ataupun *word of mouth negative*. Penelitian ini juga hanya meneliti pada wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul, rekomendasi kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti secara lebih luas seperti kepada wisatawan mancanegara.