

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort dengan metode analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penilaian responden terhadap *tourists perceived value* di Sari Ater Hotel & Resort berada pada kategori tinggi, dimana responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Sari Ater Hotel & Resort. Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk penilaian *tourists perceived value* adalah *quality of tourist service, destination appearance, emotional experience* dan *reputation*. Nilai tertinggi dari keempat dimensi tersebut adalah penilaian terhadap *destination appearance*. Penilaian tersebut diukur oleh keindahan lingkungan alam sekitar Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan alam sekitar Sari Ater Hotel & Resort dinilai baik oleh wisatawan dan memberikan manfaat yang baik pula bagi wisatawan. Sari Ater Hotel & Resort berada pada kaki gunung Tangkuban Parahu dan dikelilingi oleh perkebunan teh yang hijau dan udaranya sejuk. Sedangkan penilaian terendah adalah penilaian terhadap dimensi *reputation* yang diukur oleh tingkat prestis wisatawan terhadap reputasi Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Hal tersebut dikarenakan reputasi Sari Ater Hotel & Resort bagi wisatawan tidak begitu baik, sehingga prestis yang dirasakan juga tidak begitu tinggi bagi wisatawan apabila dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.
2. Penilaian responden terhadap *Behavioral Intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort yang diukur dengan empat indikator yaitu *positive word of mouth, recommendation to other, repurchase intention* dan *high tolerance to price premium* mendapat penilaian dengan skor yang tinggi. Hal ini berarti bahwa

tanggapan wisatawan menunjukkan adanya *behavioral intention* yang positif dari wisatawan terhadap Sari Ater Hotel & Resort. Indikator pengukuran *behavioral intention* yang mendapatkan nilai paling tinggi adalah *recommendation to other*. Hal ini dikarenakan Sari Ater Hotel & Resort menawarkan banyak fasilitas dan aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berwisata baik hanya berendam di pemandian air panas alam, *outbound activity*, *leisure activity*, *business activity*, dan kegiatan lainnya yang dapat dilakukan bersama keluarga atau teman. Sedangkan penilaian terendah adalah penilaian terhadap indikator pengukuran *high tolerance to price premium*. Wisatawan yang datang banyak yang mengeluhkan tentang harga yang ditawarkan oleh Sari Ater Hotel & Resort lebih tinggi dibanding dengan beberapa destinasi lain yang sama menariknya untuk dikunjungi. Wisatawan mengaku bahwa apabila harga yang ditawarkan oleh Sari Ater Hotel & Resort semakin tinggi maka mayoritas wisatawan hanya memberi tanggapan cukup bersedia untuk datang kembali dan cukup bersedia untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan Sari Ater Hotel & Resort.

3. Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *tourists perceived value* yang terdiri dari indikator seperti *quality of tourists service*, *destination appearance*, *emotional experience* dan *reputation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort.

5.2 Rekomendasi

Dilihat dari hasil penelitian mengenai *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort, maka beberapa rekomendasi yang penulis ajukan adalah hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention* wisatawan. Namun selain itu, penelitian ini juga menunjukkan masih adanya masalah yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen Sari Ater Hotel & Resort. Hasil penilaian dengan skor terkecil dari *tourists perceived value* adalah terhadap indikator

reputation. Hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian wisatawan terhadap reputasi Sari Ater Hotel & Resort dalam memberikan manfaat seperti prestis dan apresiasi yang baik dari pengorbanan yang mereka keluarkan masih rendah dibandingkan penilaiannya terhadap indikator lainnya. Pentingnya sebuah reputasi yang baik dari suatu destinasi merupakan kekuatan bagi destinasi tersebut untuk lebih dihargai dan memiliki status yang baik di mata masyarakat. Oleh karena itu hal yang menjadi rekomendasi penulis adalah meningkatkan reputasi Sari Ater Hotel & Resort di wilayah yang lebih luas, baik melalui kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan atau pun dengan menciptakan citra dengan meningkatkan kualitas Sari Ater Hotel & Resort dari segala bidangnya, seperti:

1. Menjadi donatur dan turut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat sekitar Sari Ater Hotel & Resort
2. Turut menjadi sponsor dalam beberapa kegiatan besar
3. Mengadakan kegiatan bakti sosial untuk bencana-bencana alam.
4. Bekerjasama dan menjalin hubungan baik dengan media untuk memperkenalkan Sari Ater Hotel & Resort di pasar yang lebih luas.

Peran *public relation department* sangat diperlukan lebih aktif dalam menciptakan citra perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan wisatawan ataupun pihak lain yang terkait dan peran *marketing department* dalam memperkuat *brand* Sari Ater Hotel & Resort di benak wisatawan, sehingga hal tersebut akan meningkatkan prestis wisatawan pula ketika mereka melaksanakan aktivitas wisata di daya tarik wisata Sari Ater Hotel & Resort dan meningkatkan *behavioral intention* yang positif setelah mengunjungi Sari Ater Hotel & Resort di masa mendatang.

2. Indikator pengukur *behavioral intention* yang mendapat penilaian terendah dari wisatawan yaitu mengenai *high tolerance to price premium* atau toleransi wisatawan ketika harga semakin tinggi. Penilaian tersebut didasarkan pada niat wisatawan dimasa depan setelah mengunjungi Sari Ater Hotel & Resort. Hampir sebagian besar wisatawan hanya memberi tanggapan cukup bersedia ketika harus membayar harga lebih tinggi untuk melakukan kunjungan

kembali dan membeli produk dan jasa yang disediakan Sari Ater Hotel & Resort. Oleh karena itu rekomendasi dari peneliti yaitu, Sari Ater Hotel & Resort harus lebih meningkatkan kualitas produk dan jasa juga menjadi salah satu solusi agar wisatawan dapat memberikan toleransi terhadap kenaikan harga dimasa yang akan datang. Seperti peremajaan kamar hotel, menjaga kebersihan kolam renang, peremajaan wahana-wahana rekreasi, serta selalu berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru agar wisatawan selalu merasa tertarik untuk berkunjung kembali. Rekomendasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan penilaian terhadap *high tolerance to price premium* wisatawan terhadap Sari Ater Hotel & Resort, sampai dapat memperbaiki penilaian terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort.

3. Rekomendasi lain yaitu ditujukan bagi penelitian selanjutnya. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort, maka para peneliti lainnya dapat mengangkat masalah lain yang lebih mendalam mengenai *tourist perceived value* dan upaya-upaya yang dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort sampai akhirnya wisatawan benar-benar melakukan kunjungan ulang ke Sari Ater Hotel & Resort salah satunya mengenai *Tourists' On-site Experience* di Sari Ater Hotel & Resort.