

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan antara *customer experience* dengan *revisit intention* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai *customer experience* di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu, mendapat penilaian yang baik dari wisatawan yang berkunjung. Penilaian tertinggi diperoleh oleh dimensi *beauty*. Penilaian tersebut diukur oleh pengalaman saat menikmati keindahan dan suasana alam sekitar Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu sangat memberikan pengalaman yang baik dibenak wisatawan yang berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi keindahan dan suasana alam sekitar Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu dinilai baik oleh wisatawan dan memberikan manfaat yang baik pula bagi wisatawan. Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu berada di perbatasan kabupaten Subang dan Kabupaten Bandung yang dikelilingi oleh perkebunan teh yang hijau dan udaranya sejuk. Sedangkan penilaian terendah adalah penilaian terhadap dimensi *novelty*. Hal tersebut dikarenakan di Tangkuban Parahu memiliki atraksi yang itu-itu saja tidak ada unsur kebaruan yang berarti. Sehingga nilai pengalaman baru yang di dapatkan atau yang dirasakan juga tidak begitu tinggi bagi wisatawan.
2. Gambaran mengenai *revisit intention* sudah mendapatkan penilaian yang cukup baik. Kedua item pertanyaan pun memperoleh tanggapan yang baik dari responden. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan skor yang hanya memiliki selisih yang sedikit. Perolehan skor tertinggi diperoleh dari item pertanyaan tanggapan wisatawan mengenai keinginan mereka untuk merekomendasikan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu kepada kerabat, keluarga, atau rekan lainnya dan perolehan skor terendah diperoleh dari keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu. Hasil perolehan skor tersebut menggambarkan bahwa sudah muncul keinginan wisatawan untuk melakukan

kunjungan ulang dan merekomendasikan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu kepada kerabat, keluarga dan rekan lainnya.

3. Gambaran mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh antara *customer experience* dan *revisit intention*. Lalu gambaran pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) sebagai berikut:

- 1) Dimensi *comfort* menunjukkan hasil yang signifikan, karena Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu memiliki pengelolaan fasilitas yang cukup baik dari kenyamanan fasilitas umum, fasilitas aktifitas wisata dan fasilitas khusus. Hal ini dapat membuat wisatawan nyaman saat berkunjung ke Gunung Tangkuban Parahu.
- 2) Dimensi *hedonic* menunjukkan hasil yang signifikan, karena wisatawan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu memiliki kelebihan keindahan alam yang dapat membuat wisatawan merasakan senang, semangat dan tingkat kenangan yang tinggi saat dan setelah berkunjung ke gunung tangkuban parahu.
- 3) Dimensi *beauty* menunjukkan hasil yang signifikan, karena Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu memiliki kelebihan bagi wisatawan seperti keindahan alam, suasana sekitar, dan didukung oleh kawah-kawah yang indah dan alami sehingga sangat menunjang bagi suatu taman wisata alam.
- 4) Dimensi *novelty* menunjukkan hasil yang signifikan, karena Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu kurang memberikan kesan kebaruan terhadap wisatawan namun memberikan pengalaman baru bagi wisatawan dan merasakan perubahan dari rutinitas biasanya saat berada di Tangkuban Parahu.
- 5) Dimensi *education* menunjukkan hasil yang tidak signifikan, karena wisatawan sebagian besar berkunjung ke Tangkuban Parahu hanya untuk menikmati suasana alam sehingga jarang sekali wisatawan yang ingin menggali lebih dalam tentang tangkuban parahu dan sebagian besar wisatawan sudah tahu cerita legenda/sejarah Gunung Tangkuban Parahu.

- 6) Dimensi *safety* menunjukkan hasil yang tidak signifikan, karena Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu kurang memberikan kesan kurang aman terhadap akses , keamanan saat beraktifitas wisata maupun keamanan lingkungan social bagi wisatawan. Sehingga menimbulkan kekhawatiran wisatawan saat melakukan aktifitas wisata saat berkunjung ke Tangkuban Parahu.

Dengan adanya *customer experience* dapat meningkatkan *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan, maka penulis memberikan saran atau rekomendasi sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan dan perkembangan pihak pengelola Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu.

1. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *customer experience* terhadap *revisit intention* wisatawan. Namun selain itu, penelitian ini juga menunjukkan masih adanya masalah yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu. Hasil penilaian dengan skor terkecil dari *customer experience* adalah terhadap indikator *novelty*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penilaian wisatawan terhadap unsur kebaruan yang ada di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu masih rendah dibandingkan penilaiannya terhadap indikator lainnya. Pentingnya sebuah unsur kebaruan yang baik dari suatu destinasi merupakan kekuatan bagi destinasi tersebut untuk lebih memberikan pengalaman baru dan memiliki rasa adanya perubahan dari rutinitas saat berada di suatu destinasi wisata. Oleh karena itu hal yang menjadi rekomendasi penulis adalah meningkatkan unsur kebaruan dari Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu, baik melalui aktifitas wisata yang lebih di tambah dan wisatawan berkunjung ke Gunung Tangkuban Parahu tidak hanya menikmati suasana alam seperti kawah dan lainnya namun ada aktifitas lain yang memberi pengalaman baru bagi wisatawan. Sehingga hal tersebut akan

meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Gunung Tangkuban Parahu di masa mendatang.

2. Indikator pengukur *revisit intention* yang mendapat penilaian terendah dari wisatawan yaitu mengenai *intention to revisit* atau keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Penilaian tersebut didasarkan pada niat wisatawan dimasa depan setelah mengunjungi Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu. Hampir sebagian besar wisatawan hanya memberi tanggapan cukup bersedia untuk melakukan kunjungan kembali ke Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu. Oleh karena itu rekomendasi dari peneliti yaitu, Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu harus memperhatikan persaingan destinasi wisata ada di sekitar Gunung Tangkuban Parahu, karena berdatangan beberapa *competitor* atau daya tarik wisata lainnya semakin bermunculan yang atraksi wisatanya lebih beragam dan sama-sama memiliki suasana alam dan keindahan alam. Selain itu, meningkatkan kualitas produk dan jasa juga menjadi salah satu solusi agar wisatawan dapat memberikan toleransi terhadap adanya *competitor* yang berdatangan lebih banyak dan lebih menarik dimasa yang akan datang. Seperti peremajaan kawah-kawah, menjaga kebersihan kawasan wisata, peremajaan cagar alam, serta selalu berinovasi dalam menciptakan atraksi baru agar wisatawan selalu merasa tertarik untuk berkunjung kembali. Rekomendasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan penilaian terhadap *intention to revisit* wisatawan terhadap Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu, sampai dapat memperbaiki penilaian terhadap *revisit intention* wisatawan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu.
3. Rekomendasi lain yaitu ditujukan bagi pengelola Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu agar dapat memberikan informasi pengunjung yang lebih jelas dengan mendata wisatawan lebih rinci agar memiliki data wisatawan yang lengkap namun tidak pula menyulitkan wisatawan. Rekomendasi ditujukan pula bagi penelitian selanjutnya. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *customer experience* terhadap *revisit intention* wisatawan Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu, maka para peneliti lainnya dapat mengangkat masalah lain yang lebih mendalam mengenai *customer experience* dan upaya-upaya yang dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan *revisit intention* wisatawan

Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu sampai akhirnya wisatawan benar-benar melakukan kunjungan ulang ke Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu.