

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *regresi berganda* antara *word of mouth* dengan keputusan berkunjung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran mengenai *word of mouth* Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan mendapat penilaian tinggi dari wisatawan grup yang berkunjung. Penilaian tertinggi diperoleh *strength of delivery* sedangkan penilaian terendah diperoleh *cognitive delivery* seperti yang dijelaskan di bawah ini:
 - a. Secara keseluruhan *word of mouth* di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan sudah tinggi, terutama *strength of delivery*, dikarenakan para wisatawan grup mengandalkan kekuatan proses penyampaian pesan. Kekuatan penyampaian pesan dalam prosesnya sejauh mana pesan suatu produk/jasa memiliki karakteristik yang diinginkan, berguna, atau melakukan fungsi yang sesuai. Antusiasme dan minat menanggapi pesan yang disampaikan memberikan WOM positif.
 - b. *Cognitive delivery* mendapatkan penilaian terendah. Secara parsial *cognitive delivery* mendapat nilai yang kecil. Keputusan berkunjung kurang merasakan bahwa WOM yang berasal dari penyampaian kognitif ini masih kurang. Kesesuaian pesan dengan kenyataan memang cukup sulit untuk

diketahui sebelum wisatawan merasakan produk dan jasa secara langsung. Selain itu bahasa yang menarik dalam penyampain pesan masih dianggap kurang.

2. Gambaran mengenai tingkat keputusan berkunjung wisatawan grup di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan yang terdiri pemilihan produk, pemilihan pemasok, jumlah berkunjung, waktu berkunjung, dan persyaratan pelayanan. Penilaian tertinggi adalah persyaratan pelayanan. Hal tersebut merupakan hasil kesepakatan proposal antara pihak pengelola Lembur Kahuripan dengan organisasi yang dipenuhi semua kebutuhan dan keinginan wisatawan grup.
3. Pada penilaian *word of mouth* yang meliputi *cognitive content*, *richness of content*, *cognitive delivery*, dan *strength of delivery* memberikan pengaruh yang tinggi terhadap keputusan berkunjung wisatawan grup.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perkembangan dan kemajuan Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan:

1. *Word of mouth* yang meliputi *cognitive content*, *richness of content*, *cognitive delivery*, dan *strength of delivery* secara keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatwan grup. *Word of mouth* merupakan kegiatan yang tidak dapat dikontrol oleh organisasi/perusahaan. Kelebihan WOM ini sangat membantu promosi Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan. Melihat

WOM yang berkembang di Lembur Kahuripan, aspek *cognitive delivery* masih kurang untuk penyampaian WOM yang efektif. Proses penyampaian pesan yang sifatnya rasional masih harus dikembangkan dengan menggunakan gambaran yang lebih kuat dan menarik. Hal ini untuk mendukung bahwa penyampaian pesan ini dapat diterima secara rasional oleh penerima pesan.

2. Keputusan berkunjung wisatawan grup ke Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan tinggi. Keputusan wisatawan grup terendah yaitu berada pada jumlah kunjungan. Jumlah kunjungan menurun dikarenakan pihak organisasi khawatir Lembur Kahuripan kurang mampu menampung jumlah wisatawan yang banyak. Hal ini harus ditekankan kepada pihak organisasi, sekolah atau perusahaan bahwa Lembur Kahuripan mampu menampung jumlah wisatawan yang banyak yang tentunya disesuaikan dengan proposal sebelumnya.
3. Penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, salah satunya yaitu pada teori-teori pendukung yang digunakan masih kurang lengkap diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih dikembangkan teori-teori pendukung dan sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan. Para peneliti selanjutnya dapat mengangkat masalah lain seperti kepuasan dan loyalitas wisatawan grup karena Lembur Kahuripan sudah memiliki wisatawan grup sebagai pengunjung yang loyal.