

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan analisis deskriptif dan verifikatif dan regresi berganda pada variable *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap *revisit intention* pada wisatawan *first-timer* Glamping Ciwidey Valley Resort, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan *tourist experience* yang dirasakan wisatawan di Glamping Ciwidey Valley Resort menunjukkan dimensi dengan skor paling tertinggi didapat pada dimensi *visiting*, *Visiting* dalam *tourist experience* merupakan puncak dari *tourist experience* yang terjadi pada saat wisatawan berada pada tahap *on-site experience*. pada tahap *visiting* wisata langsung merasakan kegiatan berwisata di destinasi wisata. Hal ini menandakan *on-site experience* yang dirasakan oleh wisatawan dapat memberikan pengalaman yang baik. Sementara dimensi yang memiliki skor terendah yaitu *evaluation*. Ciwidey Valley Resort memiliki fasilitas lengkap bagi seluruh usia beberapa fasilitas hanya ada di Ciwidey Valley Resort tetapi beberapa fasilitas lain bisa dirasakan juga ditempat wisata sejenis sehingga pada beberapa fasilitas, wisatawan tidak menemukan pengalaman yang berbeda karena bisa dirasakan juga ditempat wisata sejenis.
2. Tanggapan wisatawan terhadap *environmental quality* di Glamping Ciwidey Valley Resort menunjukkan nilai tertinggi terdapat pada dimensi *waste*. Hal ini dikarenakan pihak Ciwidey Valley Resort mampu menjaga kebersihan dengan baik dan perlu dipertahankan agar wisatawan merasakan kenyamanan saat berwisata. Pada saat berwisata wisatawan cenderung menghasilkan lebih banyak sampah dibandingkan aktivitas lainnya. Ketersediaan tempat sampah dan pengelolaannya merupakan hal yang sangat penting bagi kenyamanan wisatawan. Sementara nilai terendah terdapat pada dimensi *noise*. Hal ini dikarenakan pihak Ciwidey Valley

Resort dirasa belum mampu mengatasi masalah kebisingan yang ditimbulkan.

3. Tanggapan wisatawan pada *revisit intention* secara keseluruhan memiliki hasil penilaian yang tinggi. Item pertanyaan dengan skor tertinggi didapatkan oleh item pertanyaan kesediaan untuk merekomendasikan Glamping Ciwidey Valley Resort. Hal ini menunjukkan wisatawan mendapatkan pengalaman berwisata yang baik sehingga dengan sukarela bersedia merekomendasikan Glamping Ciwidey Valley Resort kepada keluarga atau teman. Sementara item pertanyaan terendah terdapat pada item pertanyaan kemungkinan untuk kembali lagi di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan dengan mempertimbangkan waktu dan materi kecilnya kemungkinan wisatawan untuk kembali lagi. Selain itu wisatawan merasa sudah terpenuhi kebutuhannya dalam satu kali kunjungan walaupun wisatawan memiliki keinginan untuk kembali tetapi kecil kemungkinan untuk kembali berwisata.
4. Tanggapan wisatawan mengenai *tourist experience* berada pada kategori penilaian tinggi dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention* di Glamping Ciwidey Valley Resort. Hal ini menunjukkan bahwa Glamping Ciwidey Valley Resort merupakan destinasi wisata yang mampu mengimplementasikan *tourist experience* dengan baik dan perlu dipertahankan.
5. Tanggapan responden pada *environmental quality* memiliki hasil penilaian yang tinggi dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini menunjukkan bahwa Glamping Ciwidey Valley Resort merupakan destinasi wisata yang memiliki *environmental quality* yang baik dan perlu dipertahankan.
6. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil bahwa variabel *tourist experience* dan *environmental quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*. Nilai tertinggi diperoleh oleh variabel *tourist experience*. Hal ini dikarenakan pengalaman merupakan hal yang dirasakan oleh masing-masing individu dimana antara satu wisatawan dengan wisatawan lainnya dapat memiliki pengalaman yang berbeda walaupun

berwisata di tempat yang sama. Pengalaman yang berkesan merupakan faktor penting bagi wisatawan untuk memiliki niat mengunjungi ulang destinasi wisata dibandingkan kualitas alam destinasinya.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa hal yang berkaitan dengan pengaruh *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap *revisit intention* di Glamping Ciwidey Valley Resort sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan implementasi *tourist experience* di Glamping Ciwidey Valley Resort dapat dikatakan baik dengan perolehan skor yang tinggi. Namun diantara dimensi yang diteliti dimensi *evaluation* memiliki skor terendah dibandingkan dimensi lainnya. Rekomendasi yang disarankan peneliti yaitu melengkapi informasi mengenai Glamping Ciwidey Valley Resort di website, media sosial, OTA dan media lainnya agar wisatawan lebih mudah mencari informasi dan melakukan pembelian, memberikan sambutan khusus seperti welcome drink dan memberikan *assistance* kepada wisatawan yang akan check in, meningkatkan pelayanan restoran dan variasi menu baru.
2. Tanggapan mengenai *environmental quality* di Glamping Ciwidey Valley Resort secara keseluruhan penilaian mendapat skor yang tinggi. Namun diantara dimensi yang diteliti, dimensi *noise* memiliki nilai terendah. Hal ini dikarenakan Ciwidey Valley Resort terletak di jalan utama sehingga suara bising yang ditimbulkan kendaraan dapat terdengar oleh wisatawan. Berdasarkan hal ini, rekomendasi yang disarankan peneliti yaitu menempatkan lokasi glamping tidak terlalu dekat dengan jalan raya, menempatkan tenda glamping tidak terlalu dekat antara satu tenda dengan yang lainnya agar wisatawan tidak terganggu oleh suara yang ditimbulkan oleh wisatawan lain, dan menyetel musik melalui speaker pada waktu tertentu agar tidak mengganggu ketenangan dan kenyamanan wisatawan.
3. Hasil penelitian terhadap *revisit intention* menunjukkan penilaian terendah terdapat pada kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi Ciwidey

Valley Resort kembali. Berdasarkan hal ini rekomendasi dari peneliti yaitu, membuat promosi yang diadakan secara rutin agar dapat meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk kembali lagi seperti mengadakan memberikan diskon khusus, membuat paket bundle dengan harga khusus, mengadakan event agar wisatawan yang tertarik untuk kembali berwisata tidak hanya tertarik tetapi melakukan *repeat visit*.

4. Rekomendasi yang berkaitan dengan penelitian mengenai *tourist experience*, *environmental quality* dan *revisit intention* yaitu, peneliti merekomendasikan untuk menggunakan teori konsep dan metode penelitian yang berbeda agar penelitian terkait variable *tourist experience*, *environmental quality* dan *revisit intention* terus berkembang. Selain itu peneliti merekomendasikan untuk menggunakan variable lain seperti *service quality*, *brand personality*, *satisfaction*, *behavioral intention* dan lain sebagainya. Sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata dan pihak yang berkaitan dengan penelitian seperti perusahaan, lembaga dan yang lain sebagainya.