

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya serta pembahasan berdasarkan teori-teori yang bersangkutan mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Farmhouse Lembang, maka didapat beberapa kesimpulan.

1. *Customer experience* terdiri dari tiga sub variabel yaitu *sensory*, *emotional* dan *social experience*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa ketiga sub variabel ini dijabarkan kedalam 14 pertanyaan yang diteliti di Farmhouse Lembang. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung Farmhouse Lembang menunjukkan bahwa pengunjung menilai *customer experience* ada pada kategori tinggi.
2. *Revisit intention* terdiri dari dua sub variabel yaitu *repeat* dan *recomended*.berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dari kedua sub variabel ini dinilai dari hasil kesioneryang disebarkan kepada pengunjung Farmhouse Lembang menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas karena berdasarkan garis kontinum berada di kategori tinggi selama berkunjung ke Farmhouse Lembang.
3. Pada penelitian ini penulis menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Farmhouse Lembang. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* memiliki pengaruh sebesar 31,2% dan berada pada kategori cukup, sedangkan 68,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki skor tinggi. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan kepada Farmhouse Lembang untuk meningkatkan *revisit intention* yang didasarkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel *customer experience*, seluruh sub variabel memiliki skor yang tinggi. Namun dari nilai *social experience* khususnya pada karyawan yang interaktif kepada wisatawan, hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya pembenahan dalam hal meningkatkan untuk saling berinteraksi antara karyawan dan wisatawan agar memperoleh kesan dan pengalaman yang baik dikawasan Farmhouse Lembang.
2. Pada variabel *revisit intention* seluruh sub variabel memiliki skor yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *revisit intention* di Farmhouse Lembang sudah sangat baik. Tetapi masukan untuk pengelola Farmhouse Lembang yaitu agar meninjau dan melakukan *visiting* menejemen kembali agar tidak terjadi *carrying capacity* dikemudian hari.
3. Dalam penelitian ini terdapat 68,8% variabel yang mempengaruhi *revisit intention* dan tidak diteliti oleh penulis. Su *et al.*, mengatakan bahwa *revisit intention* dipengaruhi oleh *perceived attractiveness*, *perceived quality of service*, dan *perceived value for money* yang dimediasi oleh kepuasan. Mungkin peneliti selanjutnya bisa meneliti pengaruh dari *perceived quality of service* yang dimiliki Farmhouse Lembang terhadap *revisit intention*.

