

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Intisari dari hasil penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas pengaruh antara dimensi *memorable tourism experiences* terhadap minat berkunjung kembali. Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa *memorable tourism experience* dengan tiga dimensinya yakni *novelty*, *knowledge* dan *refreshment* menjadi prediktor penting dalam membangun minat berkunjung kembali. Lebih lanjut, diketahui bahwa *refreshment* memiliki pengaruh yang paling kuat dalam membangun minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini sesuai dengan kondisi geografis kawasan wisata Lembang yang berada di dataran tinggi dengan suhu rata-rata 16°C-27°C, karena dalam *refreshment* membahas mengenai kesegaran udara dan perasaan bebas saat berwisata. Kemudian diikuti oleh *knowledge*, dimana diketahui objek wisata yang memberikan pengetahuan akan hal baru atau informasi baru pada wisatawannya dapat memberikan ingatan pengalaman berwisata yang berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Terakhir ada *novelty* dalam dimensi *memorable tourism experiences* yang memiliki pengaruh terhadap *minat berkunjung kembali*, kebaruan (konsep wisata, arsitekur) dari suatu objek wisata dapat membangun *memorable tourism experiences* yang membangun minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Dimensi dari *memorable tourism experiences* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan variabel minat berkunjung kembali. Lebih lanjut, hasil pengolahan data menunjukkan pengaruh yang dimiliki oleh tiap dimensi dalam *memorable tourism experiences* sebagai berikut dimensi *refreshment* mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  2,881 dan nilai sig. 0,006, *knowledge* mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  2,577 dan nilai sig. 0,011, kemudian *novelty* nilai  $t_{hitung}$  2,380 dan nilai sig. 0,019. Adapun nilai  $t_{tabel}$  pada penelitian ini adalah 1,6549 maka masing-masing dimensi memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang menandakan bahwa keseluruhan hipotesis berpengaruh secara positif dan signifikan. .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu:

### 1. Bagi Peneliti :

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada populasi dan sampel di mana penelitian ini hanya berfokus pada wisatawan generasi milenial di Kota Bandung pada rentang usia 20 tahun sampai 40 tahun, namun responden masih didominasi oleh usia 20-25 tahun dengan persentasi 90% dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan wisatawan generasi milenial dengan sebaran usia yang lebih seimbang dan jumlah sampel yang lebih besar agar dapat merepresentasikan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan sampel dengan rentang usia yang lebih lebar agar dapat merepresentasikan populasi penelitian yang lebih luas sehingga dapat memberikan informasi yang lebih lengkap. Selanjutnya, objek penelitian ini dibatasi pada Farmhouse Susu Lembang, Floating Market Lembang, dan The Great Asia Afrika . Sehingga, bagi para peneliti selanjutnya masih terbuka peluang untuk melakukan penelitian dengan objek wisata lainnya di Kabupaten Bandung Barat khususnya di kawasan Lembang

### 2. Bagi Manajerial :

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa minat berkunjung kembali pada Farmhouse Susu Lembang, Floating Market Lembang, dan The Great Asia Afrika dipengaruhi oleh *memorable tourism experiences*, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu menanamkan ingatan atau memori yang berkesan dibenak konsumen sehingga dapat menumbuhkan minat wisatawan untuk mengunjungi kembali objek wisata tersebut. Berdasarkan dimensi dengan pengaruh terkecil pada *memorable tourism experiences* adalah *novelty*, maka dari itu peneliti menyarankan agar pengelola harus selalu menghadirkan suatu kebaruan dan keunikan pengalaman bagi

wisatawan. Kemudian dimensi yang kedua adalah *knowledge*, pengelola objek wisata perlu memberikan pengetahuan akan budaya baru kepada wisatawan, yang terakhir ada *refreshment* dimana pengelola harus menyiapkan suasana yang menyegarkan dan memberikan perasaan bebas bagi wisatawan, misalnya diperbanyak ruang hijau dan pembuatan kolam buatan dengan tujuan untuk memberikan oksigen agar udara lebih segar lagi. Hal ini dilakukan untuk menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan sehingga mampu merangsangnya untuk berkunjung kembali ke Farmhouse Susu Lembang, Floating Market Lembang, dan The Great Asia Afrika.