

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengkajian teori kemudian dilakukan analisis melalui pengujian regresi mengenai fitur website terhadap keputusan berkunjung. Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini :

1. Secara keseluruhan, fitur website mendapatkan penilaian yang baik menurut para wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota Bandung. Wisatawan menilai bahwa fitur website memberikan banyak informasi kepariwisataan kota Bandung. Dalam fitur website, wisatawan bisa mendapatkan informasi mengenai produk, destinasi, jasa dan bahkan bisa melakukan transaksi komersial pembelian produk wisata dalam sebuah website. Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai terendah pada fitur website terdapat pada subvariabel *community* atau komunitas. Walaupun memiliki nilai paling rendah, *community* atau komunitas masih berada pada kategori cukup baik. Hal ini menandakan bahwa ternyata, tidak semua website yang mereka kunjungi memungkinkan wisatawan untuk saling bertukar informasi dengan pengguna website lainnya. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa tidak semua website memiliki fitur *community* atau komunitas seperti fitur *chatting* atau forum tanya jawab sesama pengguna website lainnya. Kemudian, pada penelitian ini juga wisatawan memberikan nilai tertinggi pada subvariabel *context* atau konteks. Dapat dilihat bahwa dalam pencarian informasi pariwisata dalam fitur website, wisatawan menilai bahwa tema, konsep dan juga *layout* pada website yang mereka kunjungi adalah baik. Dimana dalam sebuah website pariwisata yang mereka kunjungi, memiliki tampilan yang menarik dan juga memudahkan dalam pencarian informasi pariwisata.

2. Keputusan berkunjung wisatawan ke kota Bandung pada penelitian menurut wisatawan dinilai baik. Penilaian ini dilihat berdasarkan hasil analisis dari keseluruhan subvariabel keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung ini memiliki subvariabel yang mendapatkan penilaian yang rendah oleh wisatawan yaitu pemilihan waktu berkunjung. Pada penelitian ini, dapat kita lihat bahwa banyaknya kunjungan wisatawan ke kota Bandung pada saat *weekend* atau *long weekend* tidak menjadikan waktu kunjungan itu sebagai faktor pengambilan keputusan berkunjung ke kota Bandung. Namun, berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa keputusan berkunjung wisatawan ke kota Bandung di pengaruhi oleh produk dan merek. Wisatawan menilai bahwa merek dan juga produk pariwisata kota Bandung sangat baik. Wisatawan menilai bahwa produk wisata yang disediakan kota Bandung sangat beragam dan juga memiliki kualitas yang baik. Sedangkan dilihat dari merek, wisatawan memilih berkunjung ke kota Bandung karena kota Bandung memiliki tempat wisata yang beraneka ragam, memiliki citra pariwisata yang baik dan juga setiap tempat wisata memiliki konsep wisata yang baik. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung adalah dipengaruhi oleh produk dan juga merek pariwisata kota Bandung.
3. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa fitur website berpengaruh positif. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa antara fitur website dengan keputusan berkunjung memiliki pengaruh yang positif. Atau dengan kata lain, apabila fitur website semakin baik maka keputusan berkunjung akan semakin baik namun apabila fitur website semakin buruk maka keputusan berkunjung akan semakin buruk. Dan dalam penelitian ini, hipotesis awal terbukti dengan melakukan hasil uji hipotesis. Di dapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh dari

fitur website terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan uji korelasi juga diketahui bahwa, hubungan kedua variabel yaitu keputusan berkunjung sebagai variabel independen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen memiliki hubungan yang sedang. Maka dapat disimpulkan bahwa antara fitur website terdapat pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung dengan kekuatan hubungan yang sedang.

## B. SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, fitur website berada pada kategori baik. Pada subvariabel *content* yang didalamnya terdapat gambar dan juga video dalam penyampaian pesan wisata kepada wisatawan, sebaiknya pengelola website pariwisata dalam memberikan gambaran tentang pariwisata akan lebih baik jika lebih banyak atau menambahkan gambar bergerak disertai audio seperti video. Karena dalam sebuah video semua aspek gambar dan juga *audio* bisa disajikan lebih menarik dalam satu wadah yaitu video. Pada subvariabel *community*, seperti diketahui bahwa tidak semua website pariwisata baik website resmi pemerintah pariwisata kota Bandung maupun bukan, tidak semua memiliki fasilitas chatting dan forum tanya jawab mengenai informasi pariwisata kota Bandung. Website pariwisata harus memiliki forum untuk berinteraksi dengan pengunjung website lainnya, semakin banyak informasi pariwisata yang akan didapat oleh calon wisatawan. Pengelola website pariwisata dapat menambahkan dan juga memperbaiki fitur chatting dan forum agar informasi yang didapatkan wisatawan lebih bervariasi. Kemudian pada subvariabel *commerce* kepercayaan wisatawan dalam bertransaksi *online* harus bisa membuat para pengelola website jual beli produk wisata mempermudah calon wisatawan dalam membeli produk yang akan dibeli. Misalnya dengan mempermudah proses pembayaran pada saat melakukan transaksi *online* seperti bekerjasama dengan beberapa *credit card* seperti VISA, Mastercard, American Express

dan lain-lain atau bekerjasama dengan Paypal, atau beberapa program M-Banking seperti M-BCA.

2. Pada variabel keputusan berkunjung, hal yang perlu diperhatikan bahwa pada subvariabel waktu berkunjung berada pada kategori cukup baik. Sebagian besar wisatawan berkunjung ke kota Bandung pada saat *weekend* dan juga *long weekend*, tapi ternyata pada penelitian ini wisatawan memberikan nilai bahwa berkunjung ke kota Bandung pada saat *weekend* dan *long weekend* cukup baik. Hal ini harus sangat diperhatikan karena pada saat *weekend* dan *long weekend* kondisi kota Bandung sangat tidak menyenangkan karena sangat penuh oleh kendaraan para wisatawan yang menyebabkan kemacetan. Pihak-pihak pengelola pariwisata kota Bandung harus bisa membuat *event* yang bisa membuat wisatawan lebih memilih berkunjung ke kota Bandung pada saat *weekday* daripada saat *weekend* ataupun *long weekend*. Hal ini tentu bisa mengurangi kepadatan kota Bandung pada saat *weekend* karena sebagian wisatawan yang biasa berkunjung pada saat *weekend* akan berkunjung pada saat *weekday*. Kemudian pada pilihan penyalur, diketahui bahwa kebanyakan wisatawan pada saat ini lebih memilih membeli produk wisata secara *online*. Dengan banyaknya wisatawan yang sudah merasa percaya membeli produk wisata secara *online* misalnya seperti melakukan reservasi hotel melalui *online travel agent* seperti agoda.com maka para penyalur produk wisata seperti travel agent harus lebih inovatif dalam memasarkan paket wisata atau segala jenis produk wisata yang ia jual khususnya bagi travel agent maupun subtravel agent yang masih belum memasarkan produk secara online. Salah satunya adalah dengan membuat *official website* travel agent mereka. Dengan membuat situs website resmi milik travel agent, maka akan mengimbangi maraknya *online travel agent*. Karena travel agent maupun subtravel agent bisa juga menjual produk wisata mereka secara *online*.

3. Kemudian perkembangan website dalam dunia pariwisata harus bisa dilaksanakan sejalan dengan aspek-aspek kepariwisataan. Dalam sebuah website, pesaing usaha pariwisata bisa saling menjatuhkan satu sama lain. Mudahnya akses ke sebuah website dan juga memberikan komentar mengenai tempat wisata, bisa menjatuhkan sebuah tempat wisata apabila wisatawan memberikan komentar negatif dalam sebuah website. Namun, jika kita lihat website dalam industri pariwisata akan semakin berkembang dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, diharapkan setelah penelitian ini selesai dilakukan, akan ada penelitian selanjutnya mengenai website dalam dunia pariwisata lainnya. Perkembangan website ini harus terus diperhatikan agar tidak melenceng dari aspek kepariwisataan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diperlukan guna mengawasi dan membatasi perkembangan website ini dalam industri pariwisata yang sedang berkembang.