

BAB V PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan untuk menganalisis pengaruh spa sensory experience terhadap revisit intention pengunjung Spa di Kota Bandung. Menurut hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut hasil analisis mengenai gambaran Spa *sensory experience* di Kota Bandung menurut tanggapan responden berada pada kategori baik. Hal tersebut berarti para pengunjung telah merasakan adanya *sensory experience* yang baik saat melakukan treatment spa di Zen Spa & Reflexology Bandung. Dimana pada setiap dimensi *sensory experience* responden memberikan tanggapan yang baik, yang berarti pengunjung setuju dengan pernyataan yang diberikan. Dalam satu di antara lima dimensi *sensory experience sight* memiliki skor tertinggi sebesar 81.62%. Hal ini disebabkan karena pengunjung merasakan adanya kesesuaian tema dan kebersihan dari tempat tersebut sehingga pengunjung merasa nyaman ketika melakukan Spa. Dengan tempat yang bersih, warna ruangan yang nyaman dan tenang pengunjung bisa merasa relax. Dengan demikian, pengunjung bisa merasakan energy yang baik dan menikmati segala perasaan yang dirasakan ketika melakukan Spa dan mendapatkan pengalaman Spa yang baik.
2. Menurut hasil analisis mengenai gambaran keinginan revisit intention pengunjung Spa di Kota Bandung menurut tanggapan responden berada pada kategori baik. Hal tersebut terlihat dari hasil pengolahan data dimana 83.25% responden memberikan tanggapan yang baik. Hal tersebut terjadi karena pengunjung yang telah melakukan spa di Zen Spa & Reflexology merasa puas dengan segala pengalaman yang mereka dapatkan dari *sensory experience* sehingga pengunjung tersebut mau melakukan kunjungan kembali dan melakukan Spa di Zen Spa & Reflexology diwaktu yang akan datang.

3. Menurut hasil analisis pengaruh Spa sensory experience terhadap revisit intention pengunjung di Kota Bandung telah terbukti jika 41,2% dipengaruhi oleh *sensory experience* dan 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas di penelitian ini. Sensory experience dibagi menjadi lima dimensi yaitu *sight*, *sounds*, *smells*, *tactile* dan *taste*. Kelima dimensi tersebut memiliki pengaruh yang berbeda, seperti *sight* dan *sound* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali sedangkan *smell*, *tactile* dan *taste* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Adapun dari kelima variabel bebas yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap *revisit intention* pengunjung di Zen Spa & Reflexology yaitu *sight*. Hal ini terjadi dikarenakan pengunjung mendapatkan atmosfer yang mendukung untuk melakukan spa di Zen Spa & Reflexology. Dalam penelitian ini ditemukan jika *sensory experience* merupakan salah satu faktor dimana bisa menambah *revisit intention* pengunjung di Zen Spa & Reflexology. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya dalam komentar pengunjung yang pernah berkunjung ke Zen Spa & Reflexology jika pengunjung merasakan setiap *sensory experience* berpengaruh terhadap keputusan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya sulit untuk melepaskan diri dari kekurangan dan keterbatasan dalam pelaksanaannya. Penulis menyadari jelas jika penelitian yang telah selesai ini tentu terdapat keterbatasan dalam pelaksanaannya. Keterbatasan pada penelitian ini mungkin dalam pengambilan data mayoritas sampel yang diperoleh bersifat homogen atau memiliki karakteristik yang serupa. Selain itu karena kuisioner ini tidak disebarluaskan secara langsung di tempat karena keadaan yang kurang mendukung. Jika kuisioner ini disebarluaskan langsung kepada pengunjung Zen Spa & Reflexology mungkin saja akan mendapatkan hasil yang berbeda dengan penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diselesaikan, maka peneliti bisa memberikan saran sebagai berikut:

1. Adapun gambaran Spa *sensory experience* Zen Spa & Reflexology Sukajadi Bandung yang telah diperoleh, perlu untuk menambah lagi aspek-aspek dari dimensi *sensory experience* yang kurang. Seperti data yang diperoleh di atas, dimensi *taste* merupakan dimensi dengan perolehan terendah dengan presentase 70,75%. Mungkin kedepannya perlu ada variant baru untuk pilihan minumannya, tidak hanya air jahe atau teh saja. Selain itu juga perlunya mengevaluasi pengalaman *sensory* pengunjung melalui komentar seperti di web ataupun lainnya, agar bisa terus mengupgrade kualitas dan bisa terus berkembang.
2. Adapun gambaran *revisit intention* Zen Spa & Reflexology Bandung yang telah di peroleh, bisa dikatakan jika *revisit intention* pengunjung di Zen Spa & Reflexology Bandung berada pada kategori yang baik. Meskipun demikian, pengelola perlu berupaya mempertahankan pelayanan yang lebih baik lagi, menambah fasilitas yang menunjang kenyamanan pengunjung saat melakukan treatment guna memberi kepuasan terhadap pengunjung.
3. Adapun pengaruh *sensory experience* terhadap *revisit intention* yang telah diperoleh, telah terbukti jika adanya *revisit intention* yang dipengaruhi oleh *sensory experience* sebesar 41,2%. Dalam hal ini perlu di perdalam lagi keinginan pengunjung melalui dimensi-dimensi *sensory* yang mungkin terdapat indikator lain tidak terpapar dalam penelitian ini. Perlu adanya analisis lebih dalam lagi mengenai indikator lainnya dari dimensi- dimensi *sensory experience* yang mempengaruhi *revisit intention*.
4. Bagi peneliti selanjutnya, perlu menambah kualitas pembahasan dengan membahasa lebih luas lagi dan memperdalam pembahasan mengenai setiap dimensi *sensory experience* Spa. Kemudian perlunya menganalisis lebih dalam mengenai faktor yang mempengaruhi *revisit intention* di Spa. Selain itu

penyebaran kuisisioner sebainya dilakukan dengan menyebarkan langsung kepada pengunjung di tempat, tidak menyebarkan melalui media daring dengan memanfaatkan media sosial agar hasilnya lebih akurat dan kredibel.