

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti berdasarkan teori-teori yang bersangkutan dengan Pengaruh *User Generated Content* #thegreatasiaafrica terhadap ekspektasi wisata generasi Z, maka telah diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai bagaimana *User Generated Content* yang menggunakan *hashtag* #thegreatasiaafrica, dapat diketahui indikator variabel *User Generated Content* yaitu kemudahan (*ease of use*), kegunaan (*usefulness*), keahlian (*expertize*), dan dapat dipercaya (*trustworthiness*) berdasarkan perolehan dari rekapitulasi jawaban responden lalu data tersebut diolah dengan analisis data deskriptif dan indikator yang memiliki presentase tertinggi yaitu sebesar 87% dengan pernyataan “Saya merasa konten buatan pengguna dengan *hashtag* #thegreatasiaafrica mudah ditemukan pada media sosial Instagram”. Generasi Z menilai pencarian konten informasi dengan *hashtag* #thegreatasiaafrica cukup mudah ditemukan serta informasi pada postingan tersebut dinilai untuk dapat dimengerti oleh responden. Kemudahan pencarian informasi *User Generated Content* dengan *hashtag* #thegreatasiaafrica oleh generasi Z akan mendorong mereka untuk lebih banyak mengkonsumsi informasi dari UGC tersebut.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai ekspektasi wisatawan generasi Z terhadap The Great Asia Africa lalu data tersebut diolah dengan analisis data deskriptif dan kedua indikator tersebut yaitu *core resource* pada kategori nilai yang sangat baik sebesar 85.2%. Generasi Z menilai bahwa daya tarik utama yang berupa arsitektur replika bangunan *iconic* dari berbagai negara di The Great Asia Afrika memiliki keunikan dan menarik sesuai dengan apa yang mereka lihat pada *User Generated Content* dengan *hashtag* #thegreatasiaafrica. Generasi Z merasa di The Great Asia Africa dapat melakukan kegiatan yang menarik sesuai ekspektasinya, keberadaan replika bangunan-bangunan dengan arsitektur yang unik menarik wisatawan untuk melakukan kegiatan berfoto-foto.

Lisda Lestari, 2022

PENGARUH USER GENERATED CONTENT INSTAGRAM TERHADAP
EKSEKTASI WISATAWAN PADA GENERASI Z STUDI PADA #thegreatasiaafrica
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics versi 26.0* diketahui bahwa variabel *User Generated Content #thegreatasiaafrica* memengaruhi variabel ekspektasi wisatawan generasi Z sebesar 50.3%, sedangkan untuk 49.7% lainnya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Demikian dapat disimpulkan bahwa *User Generated Content #thegreatasiaafrica* memberikan pengaruh yang positif dengan hasil regresi sederhana sebesar 6.407 poin maka secara signifikan berpengaruh pada ekspektasi wisatawan generasi Z.

1.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat kekurangan yaitu adanya keterbatasan karena tidak didapatkannya data sekunder yaitu data jumlah wisatawan yang berkunjung ke The Great Asia Africa yang sehingga penulis mencari data tersebut melalui berita *online*, populasi menjadi acuan dalam menentukan sampel penelitian, namun keterbatasan dalam menentukan sampel tersebut sudah teratasi karena menggunakan rumus lain.

1.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti akan menyarankan beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Instagram resmi The Great Asia Africa, peneliti berharap untuk lebih memerhatikan *User Generated Content* dengan *hashtag #thegreatasiaafrica* yang dibagikan oleh wisatawan sebelumnya, karena generasi Z percaya pada UGC yang merupakan calon wisatawan memerhatikan juga konten UGC dari pengalaman wisatawan sebelumnya dan konten tersebut menjadi faktor pembentukan ekspektasi yang menjadi proses awal dalam keputusan untuk berkunjung.
2. Penelitian ini juga telah menggambarkan bagaimana *User Generated Content* dengan *hashtag #thegreatasiaafrica* mempengaruhi ekspektasi generasi Z, maka peneliti menyarankan The Great Asia Africa untuk tetap menjaga kualitas faktor pendukung, karena berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini indikator *physical or supporting factors* yang menurut generasi Z telah memiliki nilai “sangat tinggi” namun tetap memiliki nilai rendah dibandingkan indikator daya tarik utama.