

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand experience* terhadap *customer value* pada atraksi wisata De'Ranch, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden, dimensi dari *brand experience* yang paling dominan di De'ranch adalah hal-hal yang mendukung *the look and feel*, sedangkan yang paling rendah adalah pada *the product experience*. Indikator yang rendah pada dimensi tersebut adalah pada keramahan pegawai dalam memberikan pelayanan karena bukan hanya produk saja yang dijual di De'ranch akan tetapi jasa yang langsung berhubungan dengan wisatawan.
2. Berdasarkan tanggapan responden, salah satu indikator dalam *brand experience* yang dapat membentuk *customer value* De'ranch sebagai atraksi wisata yang bertema adalah gaya arsitektur bangunan yang ada di De'ranch berbeda dengan atraksi wisata lain.
3. Pengaruh *brand experience* dalam membentuk *customer value* De'ranch sebagai atraksi wisata yang bertema yang terdiri dari dimensi yang meliputi *the product experience*, *the look and feel* dan *experiential communication* adalah sebagai berikut.

- a. *The look and feel* berpengaruh terhadap *customer value* De'ranch sebagai atraksi wisata yang bertema, pengaruhnya sangat besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Namun, setelah menggunakan *model trimming* pengaruhnya paling besar dibandingkan dengan *experiential communication*.
- b. *Experiential communication* berpengaruh terhadap *customer value* De'ranch sebagai atraksi wisata yang bertema, pengaruhnya cukup besar. Namun, setelah dilakukan *model trimming* pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan *the look and feel*.
- c. *The product experience* tidak berpengaruh terhadap *customer value* De'ranch sebagai atraksi wisata yang bertema. Akan tetapi *the product experience* dapat dijadikan sebagai variabel pendorong dari variabel lainnya yaitu *the look and feel* dan *experiential communication*. Dengan meningkatkan *the product experience* akan berpengaruh pula terhadap *the look and feel* dan *experiential communication*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tersebut, maka rekomendasi untuk mencapai peningkatan *brand experience* dan *customer value*, adalah sebagai berikut:

1. Hal-hal yang harus dipelihara karena memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk *customer value* (*Area To Maintain*).

- a. Meningkatkan *The Look and The Feel* sebagai faktor yang paling signifikan berpengaruh untuk membentuk *customer value* melalui perawatan bangunan yang berarsitektur *cowboy* dan semakin meningkatkan karakter tema De Ranch.
 - b. Pengelola dapat menambah beberapa aktivitas wisata yang berkaitan dengan *event-event* yang memperkuat rasa (*feel*) De' Ranch, misalnya dengan memberikan souvenir khas De' Ranch seperti kaos, stiker, pin, dan sebagainya yang mengikatkan pada tampilan (*the look*) dan rasa (*the feel*).
2. Hal-hal yang perlu ditingkatkan karena secara deskriptif dan verifikatif hasilnya kurang signifikan (*Area To Improve*).
- a. Mengembangkan *product experience* yang lebih relevan dengan kegiatan wisata berkuda yang menjadi tema andalan dari De'Ranch. Misalnya, dengan menambahkan jaminan keamanan dalam berkuda, memberikan layanan yang lebih ramah dan menarik bagi pengunjung, serta memberikan perlengkapan pakaian ala *cowboy* kepada wisatawan dari mulai wisatawan masuk ke atraksi wisata sampai wisatawan keluar dari atraksi wisata.
 - b. Salah satu indikator yang kurang baik adalah dari segi layanan karyawan. Oleh sebab itu, perlu dikembangkan pelatihan bagi karyawan, khususnya tentang *public speaking* sehingga karyawan dapat berkomunikasi secara baik sehingga tidak terjadi salah paham, selain itu karyawan juga harus siap untuk menghadapi pengunjung-pengunjung baik wisatawan nusantara maupun wisatawan

mancanegara. Sehingga perlu diadakan pelatihan untuk berbahasa Inggris sebagai bahasa internasional dan juga dibekali pengetahuan tentang kebudayaan negara lain sehingga apa yang pelanggan inginkan dapat tercapai dengan memuaskan dan manfaat yang diberikan dapat diterima secara baik oleh para wisatawan.

- c. *Brand Experience* yang dirasakan pengunjung dapat ditingkatkan dengan menjalankan suatu standar sikap dan perilaku yang seharusnya kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku, dapat meningkatkan kualitas pelayanan sebagai mekanisme jasa yang harus dilakukan dengan memperjelas saran informasi sehingga wisatawan tidak kesulitan untuk membaca atau mengetahui informasi apa saja yang ada saat itu, mempercepat proses dari pelayanan yang diberikan, pada akhirnya atraksi wisata De' Ranch harus bias mengaktifkan dan meninjau kembali prosedur pelayanan yang baik dan perlu dibuat suatu proses penyampaian informasi yang tepat. Harus dapat menjaga kepercayaan wisatawan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan akurat sehingga wisatawan akan tetap setia. Tetap menjaga area yang dikhususkan untuk wisatawan sehingga tidak akan terganggu dan dijadikan lahan untuk parkir yang akan mengganggu suasana yang seharusnya nyaman dan enak dipandang yang terakhir harus dapat menjaga apa yang

menjadikan wisata wansang senang berada di atraksi wisata De'Ranch sehingga jadi tempat favorit yaitu dengan tetap menjaga kualitas jasa, makanan, pelayanan dan suasana termasuk didalamnya kebersihan.

