

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer experience*, *destination image* dan *service quality* terhadap *revisit intention* wisatawan ke objek wisata Cinangkiak Solok. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Customer experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*
2. *Destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*
3. *Service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

5.2 Implikasi

1. Bagi pihak perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa yang berpengaruh terhadap *revisit intention* adalah *destination image* dan *customer experience*, hal ini dapat menjadi pedoman bagi pihak wisata Cinangkiak Solok untuk lebih meningkatkan atribut tujuan *destination image* dan *customer experience* selanjutnya pihak wisata Cinangkiak Solok, disarankan untuk meningkatkan dalam *service quality* seperti memberi pelatihan kepada karyawan. Hal ini disebabkan karena variabel tersebut mempunyai peran penting yang menentukan *revisit intention*. Artinya penyediaan *destination image* dan *customer experience* yang baik

depersepsikan pengunjung tentu akan menciptakan *revisit intention* yang tinggi terhadap wisata Cinangkiak Solok.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan terhadap objek wisata Cinangkiak Solok maupun objek wisata lainnya.

5.3 Keterbatasan

Sebagaimana dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu, mengenai penyebaran kuesioner bahwa penulis/peneliti tidak dapat mengontrol tanggapan responden sehingga data yang diolah dan diperoleh akurat seperti yang ditunjukkan oleh hasil yang disajikan pada bab sebelumnya.

Penelitian ini belum menggunkan seluruh pengunjung wisata Cinangkiak Solok sebagai responden hanya ke pada 100 orang responden saja

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran untuk masa yang akan datang. Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel *customer experience* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* ke objek wisata Cinangkiak Solok. Hala ini menandakan bahwa semakin bagus dan berkesan *customer experience* yang dirasakan wisatawan makan akan semakin tinggi juga *revisit intention* ke objek wisata Cinangkiak Solok. Untuk lebih meningkatkan *customer experience* disarankan kepada pihak objek wisata Cinangkiak Solok untuk

bisa menciptakan hubungan yang baik dengan wisatawan dan membangun loyalitas dengan wisatawan.

2. Dalam penelitian ini variabel *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini mengindikasikan semakin bagus *destination image* yang ditawarkan oleh objek wisata Cinangkiak Solok maka semakin tinggi *revisit intention* ke objek wisata Cinangkiak Solok. Untuk meningkatkan *destination image* disarankan kepada pihak Cinangkiak Solok untuk menjaga kebersihan dan memberikan *image* yang positif kepada wisatawan agar mereka bisa berkunjung kembali di lain waktu.
3. Dalam penelitian ini variabel *service quality* tidak signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini menandakan bahwa *service quality* masih di bawah harapan. Untuk meningkatkan *service quality* disarankan kepada pihak objek wisata Cinangkiak Solok untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi *service quality* kepada karyawan, dengan cara memberikan pelatihan atau penyuluhan kepada karyawan Cinangkiak Solok agar bisa memberikan *service quality* yang baik kepada pengunjung.
4. Bagi peneliti yang berminat untuk mengangkat judul penelitian yang sama, maka penulis memberikan saran agar dapat menambahkan atau memodifikasi variabel dalam penelitian ini, karena bisa menutupi kekurangan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agapito, et al. 2013. "The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 30(5):471–81. doi: 10.1080/10548408.2013.803393.
- Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeth.
- Alwi, Muhammad Yusuf, Abdul Rahman Kadir, and Abdul Razak Munir. 2022. "The Effects of Tourism Product, Service Quality, and Health Protocol on Satisfaction and Revisit Intention of Tourist in Three Gilis West Nusa Tenggara." *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)* 5(1):2022.
- Arikunto. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arlen.J.L.Makelew, Lisbeth Mananeke, and Debry.Ch.A.Lintong. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung Analysis of Factors That Influence Revisit Intention of Tourism Interest in Tourism Object in Alam Batu Angus Di Bitung." *Emba* 7(3):2631–40.
- Arrahma Sulistyafani, et al. 2021. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Pandawa, Bali." (January). doi: 10.24843/JDEPAR.2021.v09.i01.p11.
- Arum Sari, Wahyu, and Mohamad Najmudin. 2021. "Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo." *Mohamad Najmudin Juni 2021 EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 12(1):49–58.
- Asep nuryadi, dan H. Juani. 20014. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian." *PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP TOURIST SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA REVISIT INTENTION (Studi Wisatawan Keraton Kasepuhan Kota Cirebon)* 32–41.
- Butarbutar, Novita, Marto Silalahi, Julyanthry Julyanthry, and Acai Sudirman. 2020. "Kepuasan Pengguna Market Place Shopee Yang Ditinjau Dari Aspek Word of Mouth Dan Pengalaman Konsumen." *Al Tjjarah* 6(3):135. doi: 10.21111/tjjarah.v6i3.5681.
- C. Mowen, John dan Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. edited by Erlangga. Jakarta.
- Chien, M. C. 2017. "An Empirical Study on the Effect of Attractiveness of Ecotourism Destination on Experiential Value and Revisit Intention." *Applied Ecology and Environmental Research* 15(2):43–53. doi: 10.15666/aeer/1502_043053.

- Citaningtyas, Dian, Ari Kadi, Hari Purwanto, and Brilianne Rose Vonseica. 2021. "Recommend Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pendahuluan." 5(2):176–87.
- Denisa, D. 2021. "Pengaruh Destination Image, Food Image, Dan Persepsi Terhadap Revisit Intention Pada Culinary Tourism Di Permindo Night Market Kota Padang." *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 5(1):24–33.
- Dharmayanti, Albertus C. 2013. "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1(2):1–13.
- Fadiryana, Nelly Agustin, and Syafruddin Chan. 2020. "Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Manajemen Inovasi* 10(2):1–23.
- Fajrin Andes Rahmat, Gatot Wijayanto dan Sri Endang Kornita. 2021. "Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar." *Jurnal Ekonomi Kiat* 32(1):40–47.
- Fandy Tjiptono, Ph D. dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality Snd Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fikri, Nadea Rafika, Meutia, and Ahmad Bukhori. 2020. "CUSTOMER EXPERIENCE REVISIT INTENTION DI WISATA KULINER BUNDERAN PERUMNAS CIBEKER KOTA CILEGON The Effect of Customer Experience Dimension Towards Revisit Intention in Bunderan." 1:61–69.
- Hair, et al. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Education Limited. Harlow.
- Hair, et al. 2014a. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling (PLS-SEM)*. California. USA: SAGE Publications, Inc.
- Hair, et al. 2014b. *Multivariate Data Analysis*. New Intern. New Jersey : Pearson.
- Hair, et al. 2017. *PLS-SEM or CB-SEM: Updated Guidelines on Which to Use*. Int.J. *Multivariate Data Analysis*.
- Halim, et al. 2021. "The Impact of Service Quality Through Customer Satisfaction on Customer Loyalty." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol 6(2).
- Hanif, Asya, and Andriani Kusumawati M. Kholid Mawardi. 2016. "DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38(1):44–52.

- Hendrianan yulianti, N. et al. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Terhadap Minat Kujunjung Ulang Di Kota Bandung Tahun 2020." 7(2):107–15.
- Hidayat, Syahrul, I. Ketut Suwena, and N. G. A. S. Dewi. 2021. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya." *Jurnal IPTA* 9(1):54. doi: 10.24843/ipta.2021.v09.i01.p05.
- Ibrahim, Blend, Ahmad Aljarah, and Dima Sawaftah. 2021. "Linking Social Media Marketing Activities to Revisit Intention through Brand Trust and Brand Loyalty on the Coffee Shop Facebook Pages: Exploring Sequential Mediation Mechanism." *Sustainability (Switzerland)* 13(4):1–16. doi: 10.3390/su13042277.
- Jorgensen, et al. 2004. *An Analysis Of A Destinatio "S Image And The Language Of Tourism"*. Cand.Ling.Merc: Thesis Department Of English.
- Khoiriyah, Sagita Ika Mursyidah. 2017. "Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Satisfactin Sebagai Mediasi." 1999(December):1–6.
- Kotler, P., & Keller, K. .. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1&2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, p & Keller K. .. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 j.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 J. Jakarta: PT.Indeks.
- Munandar, Jepri Aris, and Onsardi. 2021. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel KCP Tanjung Sakti." *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* 2(1):10.
- Nabila, An Nisa Lathifah, and Armida Armida. 2020. "Pengaruh Customer Perceived Value Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata." *Jurnal Ecogen* 3(3):477. doi: 10.24036/jmpe.v3i3.9910.
- Noerhanifati, Sabila, Dientje Griandini, and Terrylina Arvinta Monoarfa. 2020. "Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas." *Jurnal Industri Pariwisata* 3(1):61–73.
- Pranoto, R. G., and H. Subagio. 2015. "Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3(1):1–9.
- Pratminingsih, Sri. 2014. "Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 5(1). doi: 10.7763/ijimt.2014.v5.479.

- Qu, Hailin, Lisa Hyunjung Kim, and Holly Hyunjung Im. 2011. "A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image." *Tourism Management* 32(3):465–76. doi: 10.1016/j.tourman.2010.03.014.
- Rahmawati, Nouria, Lalu Adi Permadi, and Baiq Handayani Rinuastuti. 2021. "The Influence of Attraction, Location, and Service Quality on Revisit Intention To Sesaot Rural Tourism." *Jmm Unram - Master of Management Journal* 10(1A):43–57. doi: 10.29303/jmm.v10i1a.636.
- Rajesh, R. 2013. "Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. Pondicherry University, Puducherry, India." *Pasos* 11(3):67–78.
- Ramdhani, Neila. 2011. "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis." *Buletin Psikologi* 19(2):55–69.
- Rompas, F., D. P. E. Saerang, and F. J. Tumewu. 2019. "Influence of Destination Image and Customer Experience To Revisit Intention At Kaiâ€™™ Santi Garden." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7(4):4561–70.
- Saputro, Wahyu Eko, Sukimin, and Nina Indriastuty. 2020. "Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal GeoEkonomi* 11(2020):56–73.
- Schmitt, N. et al. 2008. *Handbook on Brand and Experience Management*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Tasia, Wiranti, and Yasri Yasri. 2021. "Marketing Management Studies The Effect of Destination Image on Revisit Intention with Memorable Tourism Experience (MTE) as Intervening Variable." 1(4):276–84.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedu. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walter, Ute, Bo Edvardsson, and Asa Ostrom. 2010. *Drivers of Customers' Service*

Experiences. Vol. 20.

Wandebori, Harimukti. 2017. "Revisit Intention to Hospital: Factors Unveiled From a Case Study of Balimed Hospital." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management* 10(3):205. doi: 10.20473/jmtt.v10i3.3551.

Yupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Zhang, Hongmei, Xiaoxiao Fu, Liping A. Cai, and Lin Lu. 2014. "Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta-Analysis." *Tourism Management* 40:213–23. doi: 10.1016/j.tourman.2013.06.006.