

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasar atas hasil kajian terhadap 100 responden yang merupakan pengunjung wisata air Umbul Ponggok yang pernah berkunjung minimal 1 kali dan berusia antara 17 – 64 tahun, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis mencerminkan bahwasanya variabel *tourist facilities* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*. Alhasil dapat diartikan bahwasanya makin baik *tourist facilities* yang ada di wisata air Umbul Ponggok maka makin baik pula *electronic word of mouth* yang diberi wisatawan. Berdasar atas hasil dari tanggapan responden, wisatawan merasa bahwasanya *accomodation* yang ada di wisata air Umbul Ponggok yang meliputi fasilitas wisata yang tersedia, fasilitas penginapan dan penyediaan perlengkapan renang yang dapat disewa termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Hasil analisis mencerminkan bahwasanya variabel *destination image* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*. Alhasil dapat diartikan bahwasanya makin baik *destination image* wisata air Umbul Ponggok maka makin baik pula *electronic word of mouth* yang diberi wisatawan. Berdasar atas hasil dari jawaban

responden, wisatawan merasa bahwasanya wisata air Umbul Ponggok mempunyai pesona alam yang indah meliputi pemandangan bawah air, kealamian sumber air dan kejernihan air.

3. Hasil analisis mencerminkan bahwasanya variabel *tourist facilities* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini dikarenakan pada indikator *public facilities* pada variabel *tourist facilities* rekapitulasi jawaban responden mayoritas menjawab netral. Selain itu kondisi *fasilitas publik* yang meliputi toilet, mushola dan lokasi parkir mempunyai kondisi yang kurang baik. Terdapat beberapa toilet wisata air Umbul Ponggok yang kondisinya kurang bersih, mushola yang tersedia kurang memadai dan lokasi parkir yang tersedia kurang luas. Alhasil hal inilah yang menyebabkan variabel *tourist facilities* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *revisit intention*.
4. Hasil analisis mencerminkan bahwasanya variabel *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Alhasil dapat diartikan bahwasanya makin baik *destination image* wisata air Umbul Ponggok maka makin besar pula kemungkinan wisatawan melakukan kunjungan ulang di kemudian hari.
5. Hasil analisis mencerminkan bahwasanya variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini menunjukkan bahwasanya bilamana *electronic word of mouth*

positif, maka makin besar pula peluang wisatawan melakukan kunjungan ulang.

6. Hasil analisis terhadap pengaruh tidak langsung antara *tourist facilities* terhadap *revisit intention* dengan *electronic word of mouth* sebagai variabel intervening memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Pada pengaruh langsung antara variabel *tourist facilities* terhadap *revisit intention* menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan, hal ini dikarenakan kondisi fasilitas publik yang tersedia di wisata air umbul ponggok kurang baik. Setelah dilakukan analisis dengan memakai variabel *electronic word of mouth* sebagai variabel intervening ternyata hasil yang diperoleh sama yaitu positif dan tidak signifikan. Hubungan intervening *tourist facilities* terhadap *revisit intention* melalui *electronic word of mouth* adalah partial mediation karena dengan ada atau tidaknya *electronic word of mouth*, *tourist facilities* akan tetap berpengaruh terhadap *revisit intention*.
7. Hasil analisis terhadap pengaruh tidak langsung variabel *destination image* terhadap *revisit intention* dengan *electronic word of mouth* sebagai variabel intervening menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Pada pengaruh langsung antara variabel *destination image* terhadap *revisit intention* menunjukkan hasil positif dan signifikan. Setelah dilakukan analisis dengan memakai variabel *electronic word of mouth* sebagai variabel intervening ternyata hasil yang diperoleh sama yaitu positif dan signifikan. Hubungan intervening *destination image*

terhadap *revisit intention* melalui *electronic word of mouth* adalah partial mediation. Artinya, ada tidaknya variabel *electronic word of mouth* akan tetap berpengaruh terhadap *revisit intention*.

4.2 Saran

Berdasar atas pada hasil penelitian ini, peneliti mempunyai saran yang dapat dipakai menjadi masukan atas masalah tersebut:

1. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *tourist facilities* menunjukkan bahwasanya para pengunjung wisata air Umbul Ponggok menilai bahwasanya *public facilities* yang ada di wisata air Umbul Ponggok perlu ditingkatkan. *Public facilities* tersebut meliputi lokasi parkir, kebersihan toilet dan kondisi mushola. Wisatawan menilai lokasi parkir yang tersedia kurang luas, beberapa toilet tidak dalam kondisi bersih serta kondisi mushola kurang memadai. Oleh karena itu, wisata air Umbul Ponggok diharapkan dapat memenuhi keinginan wisatawan dengan cara menyediakan lokasi parkir yang lebih luas, meningkatkan kebersihan toilet serta melakukan renovasi mushola yang ada di lokasi wisata air Umbul Ponggok demi menunjang fasilitas publik yang tersedia.
2. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *destination image* mempunyai indikator yang nilainya di bawah rata – rata yaitu indikator harga yang terjangkau. Artinya sebagian wisatawan merasa harga tiket wisata air Umbul Ponggok belum cukup terjangkau. Hal ini dikarenakan wisatawan yang berwisata berasal dari berbagai daerah.

Bagi wisatawan dari luar daerah akan merasa harga tiket sangat terjangkau namun bagi wisatawan setempat harga tiket dinilai mahal. Oleh karena itu, wisata air Umbul Ponggok dapat memberikan tarif masuk yang berbeda antara wisatawan setempat (satu kecamatan) dengan wisatawan luar daerah. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menunjukkan bukti berupa kartu identitas berupa KTP atau SIM untuk mendapatkan tarif khusus tersebut.

3. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *electronic word of mouth* mempunyai indikator yang nilainya di bawah rata – rata yaitu dimesi meminta bantuan untuk memilih destinasi wisata. Artinya wisatawan sebelum melakukan perjalanan sering membaca review online terkait lokasi wisata tetapi tidak selalu meminta bantuan wisatawan lain untuk memilih destinasi wisata. Oleh karena itu wisata air Umbul Ponggok diharapkan dapat meningkatkan ulasan positif yang ada di media sosial maupun internet agar wisatawan lain memperoleh banyak informasi sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan kunjungan. Pihak pengelola wisata air Umbul Ponggok dapat menyediakan banner yang terdapat barcode atau link yang dapat discan kemudian diisi oleh wisatawan yang nantinya hasil dari review pengunjung tersebut diposting secara berkala di media sosial Umbul Ponggok.
4. Variabel pada kajian ini bisa dipakai pada kajian berikutnya dalam objek yang berbeda. Dapat pula ditambahkan variabel lain yang lebih

spesifik seperti *positif electronic word of mouth* atau *negatif electronic word of mouth*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *electronic word of mouth* secara spesifik pada wisata air Umbul Ponggok.