

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Mengacu pada penelitian yang dilakukan kepada 100 responden wisatawan TMII, dapat disimpulkan beberapa pernyataan yakni:

1. Terdapat pengaruh yang positif tidak signifikan antara variabel *destination attributes* sebagai variabel X terhadap variabel *revisit intention* sebagai variabel Y. Artinya, upaya peningkatan kualitas segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh TMII dan segala sesuatu yang telah ditawarkan oleh TMII pada pengunjungnya akan meningkatkan nilai bentuk evaluasi yang dilakukan wisatawan atas pengalaman yang didapatkan dan mempengaruhi keputusan dimasa depan untuk kembali ke TMII. *Destination attribute* yang dimiliki TMII sudah dikategorikan baik, namun terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan yakni aspek-aspek mengenai ketersediaan fasilitas penunjang, ketersediaan aktivitas, dan khususnya kemudahan dalam menemukan fasilitas penunjang.
2. Terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel *destination attributes* sebagai variabel X terhadap variabel *memorable tourism experience* sebagai variabel Z. Artinya, upaya peningkatan kualitas segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh TMII dan segala sesuatu yang telah ditawarkan oleh TMII pada pengunjungnya akan meningkatkan pengalaman wisata yang diingat secara positif oleh wisatawan dan dapat diceritakan ulang setelah mengunjungi TMII. *Memorable tourism experience* yang

dimiliki TMII sudah sangat baik dan baik, namun terdapat beberapa aspek *memorable tourism experience* yang dapat ditingkatkan yakni aspek-aspek mengenai pengalaman baru, perasaan spesial, dan khususnya mengenai ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi seluruh atraksi

3. Terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel *memorable tourism experience* sebagai variabel Z terhadap variabel *revisit intention* sebagai variabel Y. Artinya, peningkatan pengalaman wisata yang diingat secara positif oleh wisatawan dan dapat diceritakan ulang setelah mengunjungi TMII maka nilai bentuk evaluasi yang dilakukan wisatawan atas pengalaman yang didapatkan dan mempengaruhi keputusan dimasa depan untuk kembali ke TMII akan meningkat pula. *Revisit intention* yang dimiliki wisatawan TMII sudah sangat baik dan baik, namun terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan yakni mengenai minat berkunjung kembali wisatawan dalam kurun waktu 6 bulan kedepan.
4. Terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel *destination attribute* sebagai variabel X dan *memorable tourism experience* sebagai variabel Z terhadap variabel *revisit intention* sebagai variabel Y. Artinya, peningkatan kualitas segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh TMII dan segala sesuatu yang telah ditawarkan oleh TMII akan meningkatkan nilai bentuk evaluasi yang dilakukan wisatawan atas pengalaman yang didapatkan dan mempengaruhi keputusan dimasa depan untuk kembali ke TMII melalui peningkatan pengalaman wisata yang diingat secara positif oleh wisatawan dan dapat diceritakan ulang setelah mengunjungi TMII.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa ruang evaluasi yang dapat menjadi saran konstruktif baik kepada perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

4.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Dalam konsep *destination attributes*, mengingat hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif tidak signifikan terhadap *revisit intention* dan hubungan yang positif signifikan terhadap *memorable tourism experience*. Berdasarkan sebaran jawaban dapat dilakukan beberapa perbaikan untuk meningkatkan persepsi wisatawan, perbaikan yang dilakukan dapat berupa penambahan fasilitas *shuttle*, penambahan stan kuliner, penambahan papan informasi, dan pembukaan keseluruhan atraksi secara konsisten.
2. Dalam konsep *memorable tourism experience*, mengingat hasil yang menunjukkan hubungan positif signifikan terhadap *revisit intention*. Berdasarkan sebaran jawaban dapat dilakukan beberapa perbaikan untuk meningkatkan persepsi wisatawan, perbaikan yang dilakukan dapat berupa penyediaan pertunjukkan kedaerahan yang berbeda berdasarkan waktu tertentu, penciptaan suasana yang lebih mensimulasikan keberagaman Indonesia, pemberian promo dan harga paket, dan pembukaan keseluruhan atraksi baik berbayar maupun gratis.
3. Dalam konsep *revisit intention*, mengingat hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *destination attribute* melalui *memorable tourism experience*

terhadap *revisit intention*. Berdasarkan sebaran jawaban dapat dilakukan perbaikan untuk meningkatkan persepsi wisatawan, perbaikan yang dilakukan dapat berupa pembuatan program yang berbeda dalam periode waktu tertentu, misalnya dengan menampilkan lebih beragam cerita pada pertunjukan air mancur tirta cerita. Menimbang hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel *memorable tourism experience* berperan sebagai variabel mediasi penuh dalam hubungan antara *destination attribute* dan *revisit intention*, maka optimasi yang dilakukan pihak pengelola harus dilakukan secara keseluruhan sebagai suatu rangkaian proses.

4.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Mengacu pada hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh yang cukup kuat dan signifikan, masih terdapat ruang pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, dapat diteliti mengenai variabel-variabel independen lainnya yang berfokus pada industri pariwisata seperti *destination image* serta objek-objek penelitian lainnya yang memiliki relevansi dengan upaya peningkatan minat berkunjung kembali pada industri pariwisata.