

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

Mengutip pada temuan penelitian tersebut yang telah dilakukan pada 100 responden yang merupakan wisatawan domestik Kawasan Wisata Umbul Sidomukti dalam tiga bulan terakhir, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel *destination image* terhadap variabel *EWOM* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *destination image* maka meningkat pula pada *EWOM* di Umbul Sidomukti.
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel *service quality* terhadap variabel *EWOM* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *service quality* maka meningkat pula pada *EWOM* di Umbul Sidomukti.
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel *EWOM* terhadap variabel *revisit intention* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *EWOM* maka meningkat pula pada *revisit intention* di Umbul Sidomukti.
4. Terdapat pengaruh signifikan variabel *destination image* terhadap variabel *revisit intention* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat

peningkatan pada *destination image* maka meningkat pula pada *revisit intention* di Umbul Sidomukti.

5. Terdapat pengaruh signifikan variabel *service quality* terhadap variabel *revisit intention* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *service quality* maka meningkat pula pada *revisit intention* di Umbul Sidomukti.
6. Terdapat pengaruh signifikan variabel *destination image* terhadap variabel *revisit intention* melalui variabel *EWOM* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *EWOM* terkait *destination image* maka meningkat pula pada *revisit intention* di Umbul Sidomukti.
7. Terdapat pengaruh signifikan variabel *service quality* terhadap variabel *revisit intention* melalui variabel *EWOM* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti. Apabila terdapat peningkatan pada *EWOM* terkait *service quality* maka meningkat pula pada *revisit intention* di Umbul Sidomukti.

## **4.2. Saran**

Berdasar pada hasil penelitian ini, dapat diajukan beberapa saran bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya pada aspek terkait. Saran yang diajukan antara lain sebagai berikut.

### **4.2.1. Bagi Perusahaan**

1. Variabel *destination image* di Umbul Sidomukti dalam penelitian ini sebagai identitas dari suatu destinasi wisata yang pada penelitian ini yakni imej dari Kawasan Wisata Umbul Sidomukti yang sudah baik perlu dijaga.

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa Kawasan Wisata Umbul Sidomukti sudah memiliki citra yang baik menurut mayoritas responden, namun pada indikator keunikan yang tidak dimiliki destinasi wisata sejenis masih pada angka di bawah rata-rata. Umbul Sidomukti perlu mengembangkan fasilitas atau wahana yang ada atau dengan menambahkan inovasi baru yang belum dimiliki destinasi wisata yang sejenis. Umbul Sidomukti perlu berperan sebagai destinasi wisata yang inovatif sehingga akan muncul keunikan yang meningkatkan *destination image* di destinasi wisata sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan serta popularitas di mata wisatawan maupun calon wisatawan.

2. Variabel *service quality* di Umbul Sidomukti dalam penelitian ini sudah cukup baik di mata wisatawan dengan dibuktikannya mayoritas responden yang setuju bahkan sangat setuju bahwa Kawasan Wisata Umbul Sidomukti mampu memberikan pelayanan yang baik, konsisten, serta mampu memberikan kepercayaan dan penjaminan, serta kemampuan dalam memahami kenyamanan wisatawan. Meskipun begitu pada indikator pelayanan yang cepat, Umbul Sidomukti masih pada kategori kurang baik. Umbul Sidomukti perlu memberikan pelatihan serta penambahan staf karyawan di destinasi wisata sehingga pelayanan yang cepat bisa menyeluruh bagi seluruh wisatawan yang berkunjung.
3. Variabel *EWOM* di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti sebagai salah satu aspek utama di era globalisasi pada penelitian ini sudah masuk pada kategori baik, yakni pada indikator terkait menjadi topik yang sering

dibicarakan melalui internet dibandingkan destinasi wisata lain yang sejenis dan sering dibagikan di internet baik dari aspek fasilitas maupun pelayanan. Namun pada indikator yang terkait dengan sering membagikan konten di internet memiliki nilai yang masih di bawah rata-rata indikator lain. Dari hasil tersebut maka Umbul Sidomukti perlu mengembangkan media promosi di internet khususnya pada media sosial yang berpeluang besar dalam menggaet wisatawan baru. Selain itu dikembangkannya media promosi di internet juga dapat dilakukan dengan memposting fasilitas atau wahana baru sehingga dapat meningkatkan *awareness* destinasi wisata.

4. Variabel *revisit intention* di Umbul Sidomukti pada penelitian ini masuk pada kategori baik yakni pada indikator minat dan harapan responden akan melakukan kunjungan kembali dan kesediaan mengajak keluarga atau rekan untuk berkunjung. Namun pada dua indikator lain, yakni kesediaan membagikan informasi mengenai fasilitas dan pelayanan serta kesediaan memprioritaskan sebagai destinasi utama untuk kunjungan wisata masih pada angka dibawah rerata keseluruhan indikator. Umbul Sidomukti perlu mengembangkan fasilitas dan pelayanan yang positif di mata wisatawan karena wisatawan yang telah melakukan kunjungan akan menjadi kelompok referensi bagi calon wisatawan yang hendak berkunjung. Umbul Sidomukti juga perlu menambahkan kebaruan pada fasilitas atau wahana yang ada sehingga dapat membangun minat wisatawan dalam

memprioritaskan Umbul Sidomukti sebagai destinasi utama untuk kunjungan wisata di lain waktu.

#### **4.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian lebih mendalam mengenai variabel lain yang mungkin memengaruhi *revisit intention* wisatawan di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti.
2. Relevansi hasil penelitian bergantung pada tahun di mana penelitian dilakukan sehingga peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan pra survei terkini yang memungkinkan adanya potensi perubahan jumlah wisatawan yang berkunjung secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut.