

## BAB V

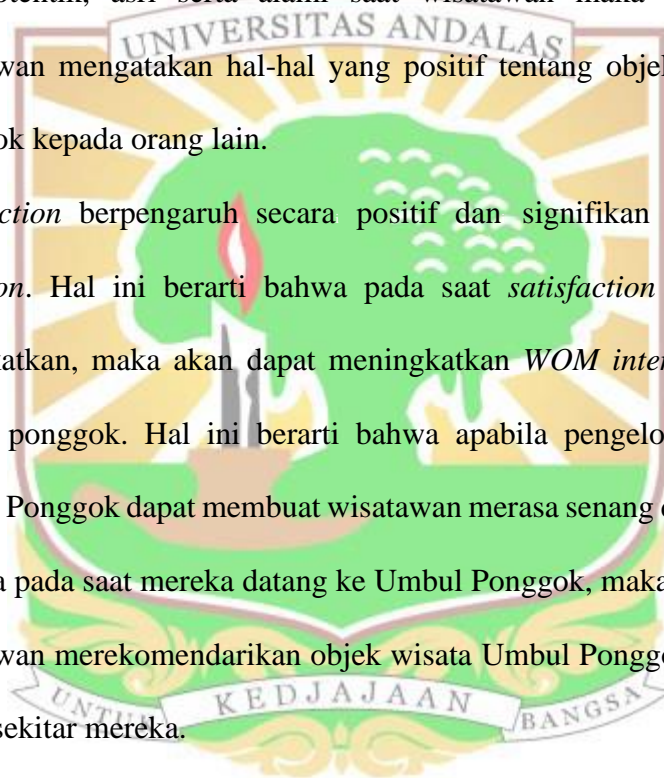
### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang hubungan *perceived value* dan *satisfaction* terhadap *WOM intention* dan *revisit intention* objek wisata Umbul Ponggok Kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan data primer berupa jawaban dari responden sebanyak 140 orang yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Hal ini berarti bahwa pada saat *perceived value* yang dirasakan oleh wisatawan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan *satisfaction* wisatawan Umbul Ponggok. Hal ini berarti bahwa apabila nilai yang mereka dapatkan sesuai dengan uang yang mereka keluarkan ditingkatkan maka dapat membuat wisatawan merasa puas setelah berkunjung ke objek wisata Umbul Ponggok.
2. *Perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini berarti bahwa pada saat *perceived value* yang dirasakan oleh wisatawan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan *revisit intention* wisatawan Umbul Ponggok. Hal ini berarti bahwa apabila kualitas airnya yang alami terus dijaga atau ditingkatkan maka dapat membuat wisatawan merasa bahwa objek wisata Umbul Ponggok merupakan pilihan pertama dibandingkan dengan objek wisata lainnya.

3. *Perceived Value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *WOM intention*. Hal ini berarti bahwa pada saat *perceived value* yang dirasakan oleh wisatawan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan *WOM intention* wisatawan Umbul Pongkok. Hal ini berarti bahwa apabila pengelola objek wisata Umbul Pongkok dapat memberikan pengalaman yang otentik, asri serta alami saat wisatawan maka dapat membuat wisatawan mengatakan hal-hal yang positif tentang objek wisata Umbul Pongkok kepada orang lain.
4. *Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *WOM intention*. Hal ini berarti bahwa pada saat *satisfaction* dari wisatawan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan *WOM intention* wisatawan umbul pongkok. Hal ini berarti bahwa apabila pengelola objek wisata Umbul Pongkok dapat membuat wisatawan merasa senang dan tidak merasa kecewa pada saat mereka datang ke Umbul Pongkok, maka dapat membuat wisatawan merekomendasikan objek wisata Umbul Pongkok kepada orang lain disekitar mereka.
5. *Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini mberarti bahwa pada saat *satisfaction* dari wisatawan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan *revisit intention* wisatawan Umbul Pongkok. Hal ini berarti bahwa apabila pengelola objek wisata Umbul Pongkok dapat membuat wisatawan merasa bahwa kunjungan mereka ke objek wisata Umbul Pongkok merupakan keputusan yang tepat,



maka dapat membuat wisatawan merencanakan kunjungan kembali ke Umbul Ponggok dalam waktu dekat.

## 5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi yang ditemukan dalam penelitian ini yang bisa dijadikan referensi serta sumber informasi dengan tujuan untuk memperhatikan faktor *perceived value*, *satisfaction* untuk meningkatkan *WOM intention* dan *revisit intention*. Berdasarkan jawaban dari responden ditemukan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pengelola objek wisata Umbul Ponggok, antara lain:

1. Pada variabel *perceived value*, pernyataan “berkunjung ke destinasi wisata Umbul Ponggok memungkinkan saya untuk merasa *up to date* dengan objek wisata unggulan” menunjukkan nilai yang terendah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan belum merasa *up to date* setelah datang ke objek wisata Umbul Ponggok. Oleh karena itu, diharapkan pengelola objek wisata Umbul Ponggok terus meningkatkan kualitas pelayanan dan membuat hal-hal yang baru seperti penambahan spot foto yang bisa dirasakan oleh wisatawan agar Umbul Ponggok terus menjadi objek wisata unggulan dan menjadi perbincangan baik secara offline (langsung dari mulut ke mulut) maupun online (sosial media) agar wisatawan selalu merasa *up to date* dengan perkembangan dari objek wisata Umbul Ponggok.
2. Pada variabel *satisfaction*, pernyataan “saya merasa bangga karena telah mengunjungi destinasi wisata Umbul Ponggok” menunjukkan nilai yang terendah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan belum merasa bangga

karena telah berkunjung ke objek wisata Umbul Pongkok. Oleh karena itu, diharapkan pengelola objek wisata Umbul Pongkok dapat terus menonjolkan fakta bahwa objek wisata Umbul Pongkok adalah sebagai objek wisata unggulan yang menjadikan desa pongkok sebagai desa wisata di Indonesia dan membuat Umbul Pongkok menjadi percontohan bagi objek wisata lainnya. Selain itu pengelola juga bisa membuat cinderamata yang khas dari Umbul Pongkok maupun desa pongkok yang bisa dipakai dan dibanggakan wisatawan setelah datang berkunjung ke objek wisata Umbul Pongkok.

3. Pada variabel *WOM intention*, pernyataan “saya akan menyoroti aspek positif dari objek wisata Umbul Pongkok kepada siapa pun yang mengkritiknya” menunjukkan nilai yang terendah. Hal ini membuktikan bahwa wisatawan tidak terlalu menyoroti aspek positif yang ada di Umbul Pongkok kepada orang yang mengkritiknya. Oleh karena itu, pengelola objek wisata Umbul Pongkok harus lebih meningkatkan hal-hal yang menjadi unggulan dari objek wisata Umbul Pongkok, antara lain seperti kealamian kualitas air yang harus dijaga, penambahan spot foto ataupun objek pendukung foto *underwater*, kualitas makanan dan variasi makanannya. Hal ini dilakukan supaya apabila ada orang yang mengkritik objek wisata Umbul Pongkok, akan ada wisatawan yang membalasnya dengan menyoroti aspek positif/unggulan dari objek wisata Umbul Pongkok.

4. Pada variabel *revisit intention*, pernyataan “saya berencana untuk berkunjung ke destinasi wisata Umbul Pongkok dalam 1 tahun (2 kali atau lebih)” menunjukkan nilai yang terendah. Hal ini membuktikan bahwa wisatawan belum banyak yang merencanakan kunjungan ke objek wisata Umbul Pongkok dalam kurun waktu tertentu seperti dalam 1 tahun berapa kali kunjungan. Oleh karena itu, diharapkan pengelola objek wisata Umbul Pongkok agar selalu meningkatkan kualitas air, pelayanan, keamanan, dan juga selalu memberikan hal-hal yang baru dengan menambahkan spot foto dan atribut foto agar wisatawan selalu tertarik untuk merencanakan kunjungan kembali ke objek wisata Umbul Pongkok dalam kurun waktu tertentu.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menyadari bahwa hasil dari penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian yang serupa, diharapkan hal ini dapat dijadikan sebagai perhatian. Adapun keterbatasan dari penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya menganalisis 4 variabel yaitu *perceived value* dan *satisfaction* untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap variabel *WOM intention* dan *revisit intention*. Masih terdapat banyak variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel *WOM intention* dan *revisit Intention* yang bisa dicoba dipakai untuk penelitian selanjutnya.

2. Objek penelitian ini hanya terbatas pada Umbul Ponggok, tidak mencakup secara keseluruhan objek wisata di desa wisata Ponggok.
3. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang didapatkan dari penyebaran kuesioner, sehingga data yang diperoleh terbatas.

#### 5.4. Saran

Berikut adalah saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya dan untuk pengelola objek wisata Umbul Ponggok antara lain:

1. Bagi penelitian selanjutnya:

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar menambah jumlah responden, supaya data yang diperoleh lebih baik lagi. Selain itu juga untuk menambahkan variabel-variabel lainnya yang relevan dengan variabel yang ada pada penelitian ini seperti *eWOM*, *memorable tourist experience*, *destination image*, *motivation* dll.

2. Bagi pengelola Umbul Ponggok:

Diharapkan untuk pengelola objek wisata Umbul Ponggok agar terus melakukan pembaharuan dan peningkatan baik dari segi fasilitas seperti objek pendukung foto, spot foto, arena bermain anak-anak, dll hal ini bertujuan agar wisatawan tidak merasa bosan dan merasa ada hal yang baru yang bisa membuat wisatawan selalu ingin datang kembali ke Umbul Ponggok.