

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini didasari atas penelitian terdahulu mengenai *destination image* dan *perceived value* terhadap *destination loyalty*. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 215 orang wisatawan nusantara dengan usia diatas 17 tahun dan pernah mengunjungi Bukittinggi minimal satu kali perjalanan. Pengumpulan data dimulai pada tanggal 12 Agustus s/d 14 September 2016 di beberapa objek wisata yang ada di Bukittinggi, yaitu Jam Gadang, Taman Panaorama, dan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan (kebun binatang). Penyebaran kuesioner juga dibantu oleh beberapa hotel di Bukittinggi, diantaranya Hotel Lima's, Royal Denai Hotel, Hotel Gran Malindo, dan Hotel Ambun Suri. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SmartPLS.

Berdasarkan hasil pengujian SEM (*Structural Equational Modeling*) dengan menggunakan SmartPLS maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Destination image* kota Bukittinggi berpengaruh positif terhadap *perceived value* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semakin baik dan menguntungkan *destination image* kota Bukittinggi, maka *perceived value* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi akan semakin meningkat.
2. *Destination image* kota Bukittinggi berpengaruh positif terhadap *destination loyalty* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semakin baik dan menguntungkan *destination*

*image* kota Bukittinggi, maka loyalitas wisatawan nusantara terhadap destinasi Bukittinggi akan semakin meningkat.

3. *Perceived value* wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota Bukittinggi berpengaruh positif terhadap *destination loyalty* wisatawan nusantara. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketika *perceive value* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi semakin baik dan menguntungkan, maka loyalitas wisatawan nusantara terhadap destinasi Bukittinggi akan semakin meningkat.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh. Maka ditemukan beberapa implikasi yang bermanfaat bagi pengelola industri pariwisata di Bukittinggi agar kota Bukittinggi dapat bersaing dalam menghadapi pasar industri pariwisata yang semakin kompetitif dan demi keberlangsungan pariwisata kota Bukittinggi. Oleh karena itu, peneliti membuat beberapa bentuk implikasi yang dapat membantu kota Bukittinggi dalam meningkatkan *destination image*, *perceived value*, dan *destination loyalty* pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota Bukittinggi, diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan *destination image* kota Bukittinggi pada wisatawan nusantara yang berkunjung, pengelola pariwisata harus lebih fokus lagi dalam beberapa hal, seperti:
  - a. Adanya penjagaan yang lebih ketat di objek-objek wisata demi keamanan wisatawan, karena hal ini akan membuat wisatawan merasa lebih aman.

- b. Pengelola pariwisata harus lebih memperhatikan kebersihan lingkungan, karena dengan lingkungan yang bersih wisatawan akan betah berlama-lama di destinasi.
- c. Pengelola pariwisata harus lebih sering lagi mengadakan pertunjukan maupun pameran apalagi di saat akhir pekan dan hari libur.
- d. Event dan festival budaya di buat lebih menarik lagi, ini bertujuan agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
- e. Pengelola pariwisata memperbanyak hiburan yang variatif di Bukittinggi, sehingga wisatawan lebih tertarik saat mengunjungi destinasi.
- f. Pengelola pariwisata memberikan arus lalu lintas dan informasi tempat parkir yang jelas agar terkomunikasi dengan baik, sehingga wisatawan tidak mengalami kesulitan saat berkunjung.
- g. Pengelola pariwisata lebih bekerja sama dengan pengusaha yang mempunyai usaha di bidang spa dan *healing*, karena saat ini salah satu tujuan wisatawan berkunjung adalah dapat melakukan spa dan *healing*, bahkan mereka mengharapkan di Bukittinggi dapat melakukan *spiritual rejuvenation*, karena dengan begitu mereka dapat menenangkan pikiran dan menyegarkan tubuh.

2. Meningkatkan *perceived value* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dari para pengelola destinasi. Sehingga mereka akan merasa bahwa uang, waktu, bahkan usaha mereka untuk melakukan perjalanan ke destinasi tidak sia-sia, dan rasa kekecewaan wisatawan dapat terhindar.

3. Meningkatkan *destination loyalty* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi dengan cara meningkatkan *destination image* yang lebih baik dengan menguntungkan. Karena dengan *destination image* yang baik dan menguntungkan akan meningkatkan *perceived value* wisatawan, sehingga mereka akan loyal pada destinasi. *Destination loyalty* dapat membentuk 2 hal, yaitu:

- a. *Revisit intention*, wisatawan akan memilih destinasi sebagai tujuan utama untuk berlibur bahkan peluang mereka untuk berkunjung tinggi.
- b. *Recommend*, wisatawan akan mengatakan hal-hal yang positif tentang destinasi, dan mereka akan merekomendasikan destinasi kepada keluarga, kerabat, teman bahkan orang lain.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah diselesaikan ini masih memiliki keterbatasan, sehingga menjadi tugas peneliti dimasa yang akan datang untuk menyempurnakannya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menggunakan salah satu jenis wisatawan yaitu wisatawan nusantara sebagai sampel. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan wisatawan mancanegara sebagai sampel.
2. Peneliti hanya melakukan penelitian pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas daerah penelitian.

## 5.4 Saran-saran

### 5.4.1 Bagi Industri Pariwisata Kota Bukittinggi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memberikan beberapa saran kepada pengelola industri pariwisata kota Bukittinggi, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengelola pariwisata diharapkan dapat lebih memperhatikan keamanan lingkungan sehingga keselamatan para wisatawan dapat terjamin. Hal tersebut dapat dilakukan dengan adanya pos keamanan di setiap objek wisata, dan adanya patroli berkala dari staf keamanan.
2. Pengelola pariwisata diharapkan dapat lebih memperhatikan kebersihan lingkungan, kota yang bersih dapat memberi isyarat kepada wisatawan bahwa kota tersebut sehat sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Begitu juga dengan pedagang yang berjualan di objek wisata, oknum pelaku pariwisata ini sering berjualan seenaknya sehingga membuat lingkungan tidak teratur, bahkan tidak ada tempat untuk wisatawan untuk menikmati destinasi. Walaupun saat ini di Bukittinggi telah dibentuk SK4 oleh pemerintahan yang baru, tetap saja oknum-oknum tersebut memanfaatkan kesempatan saat tidak dilakukan razia. Sebaiknya pemerintah mencarikan tempat yang lebih baik bagi para pedagang tersebut sehingga lingkungan dapat teratur.
3. Pengelola pariwisata masih kurang memanfaatkan keindahan alam yang ada di Bukittinggi. Selama ini wisatawan nusantara hanya dapat menikmati keindahan alam dari kejauhan. Pengelola pariwisata dapat bekerja sama dengan penduduk setempat untuk melakukan touring langsung ke alam,



seperti adanya jelajah alam dengan pemandu, hiking, camping, dan piknik di alam terbuka. Hal tersebut juga dapat meningkatkan lapangan pekerjaan

4. Pertunjukan/ pameran yang ada di Bukittinggi saat ini semakin sedikit dan sangat jarang. Begitu juga dengan event-event, seperti acara tahunan “pedati” yang saat ini sudah tidak ada lagi. Diharapkan acara seperti itu dapat dirancang lagi, karena dengan event tersebut wisatawan dapat lebih mengenal kebudayaan alam minangkabau khususnya Bukittinggi. Pengelola pariwisata juga harus lebih mengadakan berbagai hiburan yang variatif untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Medan nan balinduang merupakan salah satu tempat yang sering digunakan untuk pertunjukan seni, tapi sayangnya tempat ini belum banyak diketahui oleh wisatawan. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dari pengelola pariwisata Bukittinggi.
5. Pengelola pariwisata harus lebih memperhatikan arus lalu lintas dan tempat parkir agar terkomunikasi dengan baik. Seperti contohnya tempat parkir, masih banyak wisatawan yang kesulitan mencari tempat parkir. Sedangkan untuk arus lalu lintas, saat ini pengelola pariwisata dapat terbantu dengan kecanggihan teknologi yaitu seperti dengan bantuan navigasi.
6. Pengelola pariwisata juga dapat bekerja sama dengan para pengusaha yang bekerja di bidang kecantikan seperti spa dan *healing*, karena saat ini banyak wisatawan yang melakukan kunjungan bertujuan untuk menenangkan pikiran dan menyegarkan tubuh, bahkan beberapa diantara mereka mengharpkan di destinasi dapat melakukan *spiritual rejuvenation*.

#### 5.4.2 Bagi Peneliti yang Akan Datang

1. Diharapkan pada penelitian yang akan datang menambah variabel lain seperti: *novelty seeking, perceived quality, perceived risk, motivation, tourist satisfaction, tourists expectation, tourist complaints*, dll.
2. Diharapkan pada peneliti yang akan datang dapat membahas tidak hanya wisatawan nusantara, tetapi juga wisatawan mancanegara.
3. Diharapkan pada peneliti yang akan datang dapat memperluas wilayah pengambilan sampel, dan diluar Bukittinggi untuk melihat perbandingan antar destinasi.

