

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian

Pada penelitian untuk mengetahui pengaruh *motivation*, *e-wom*, *destination image*, *tourism experience*, dan *perceived value* terhadap *revisit intention* pada objek wisata panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, mengetahui niat kembali wisatawan ke objek wisata Panorama Ngarai Sianok. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang berada di luar Sumatera Barat dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 125 orang. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini dilakukan pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS versi 4.0. Dari pembahasan yang telah dijelaskan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Motivation* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, karena pengunjung kurang menikmati kunjungannya pada objek wisata panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi.
2. *E-Wom* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, karena bagi pengunjung *e-Wom* mempunyai peranan penting karena semakin besar manfaat yang diterima pengunjung dari destinasi maka akan mempengaruhi pengunjung untuk melakukan niat berkunjung kembali.
3. *Destinaton Image* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, karena *destination*

image tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok karena masyarakat disekitar objek wisata Panorama kurang ramah.

4. *Tourism Experience* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, Karena objek wisata Panorama Ngarai Sianok tidak memberikan pengalaman yang baru.
5. *Perceived Value* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi, karna kualitas pada objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi sangat menarik untk di kunjungi maka akan mempengaruhi pengunjung untuk melakukan niat berkunjung kembali.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penting dalam peneltian ini, yaitu didapatkan hasil bahwa *e-wom*, dan *perceived value* memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* namun *motivation*, *destination image*, dan *tourism experience*, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* sehingga pengelola wisata Panorama Ngarai Sianok bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu pertimbangan dan sumber informasi untuk bahan evaluasi dalam meningkatkan *revisit intention* pada pengunjung generasi milenial di objek wisata Panorama Ngarai Sianok.

1. Pada variabel *motivation* memiliki pengaruh tidak signifikan, dilihat dari penelitian ini terdapat item pernyataan yang rendah mengenai selama berada di Panorama Ngarai Sianok membuat saya nyaman.

Berarti objek wisata Panorama Ngarai Sianok seharusnya dapat meningkatkan *motivation* wisatawan Panorama Ngarai Sianok dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan bagi pengunjung objek wisata Panorama maka akan meningkatkan *revisit intention*.

2. Pada variabel *e-wom* memiliki pengaruh, dilihat dari penelitian ini terdapat item pernyataan yang rendah saya berbicara hal yang positif di media sosial mengenai objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi kepada orang lain. perlu meningkatkan keamanan dan kualitas pelayanan yang baik agar wisatawan yang datang dapat membagikan pengalaman terbaiknya di objek wisata Panorama Ngarai Sianok kota Bukittinggi ketika mengenai *e-wom* baik pada wisata Panorama maka akan meningkatkan *revisit intention*.
3. Pada variabel *destination image* memiliki pengaruh tidak signifikan, dilihat dari penelitian ini terdapat item pernyataan yang rendah mengenai masyarakat sekitar objek wisata Panorama Ngarai Sianok kurang ramah perlu mempertimbangkan untuk segera meningkatkan *image* terhadap objek wisata Panorama Ngarai Sianok ketika *destination image* baik maka pengunjung objek wisata Panorama Ngarai Sianok maka akan meningkatkan *revisit intention*.
4. Variabel *tourist experience* menunjukkan hasil bahwa memiliki pengaruh tidak signifikan, dan dalam penelitian ini menemukan bahwa ada item pernyataan yang masih rendah yaitu kurang

mendapatkan pengalaman maka pengelola harus meningkatkan fasilitas untuk mendukung pengalaman pengunjung karena jika pengunjung mendapatkan pengalaman yang baik maka akan meningkatkan *revisit intention* pengunjung objek wisata Panorama Ngarai Sianok.

5. Pada variabel *perceived value* menunjukkan hasil berpengaruh, *perceived value* juga berperan penting dan mendapatkan nilai yang tinggi dari variabel lain tetapi masih ada ditemui beberapa pengunjung yang belum merasakan kenyamanan yang diberikan secara maksimal, hal ini dapat di jadikan pengelola untuk bisa memberikan bentuk kenyamanan yang lebih agar perjalanan pengunjung memberikan nilai maka akan semakin meningkatkan *revisit intention*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki keterbatasan yang akan berpengaruh terhadap hasil yang di inginkan. Oleh karena itu, diharapkan kepada peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti hanya hanya menggunakan 5 (lima) variabel independen yaitu *motivation*, *e-wom*, *destination image*, *tourist experience*, *perceived value* sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi *revisit intention* yang belum dibahas dalam penelitian ini, Seperti variabel persepsi dan sikap konsumen.

2. Peneliti hanya mengambil sampel responden masyarakat yang berdomisili di luar Sumatra Barat. sehingga masyarakat yang berada di Sumatera Barat tidak dapat mengisi kuesioner tersebut.
3. Pada penelitian ini disebarakan secara online, melalui *google form* secara online dengan cara membagikan link *google form* kepada responden.

5.4 Saran

Berikut ini merupakan saran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pengelola destinasi wisata Panorama Ngarai Sianok untuk memberikan penjelasan tentang Panorama Ngarai Sianok tersebut supaya wisatawan yang datang mengetahui tentang Panorama tersebut seperti memberikan penjelasan secara tertulis ataupun video dokumentasi agar lebih menarik agar wisatawan tau apa Panorama Ngarai Sianok tersebut.
2. Diharapkan kepada pengelola objek wisata Panorama Ngarai Sianok memperhatikan lahan dan pengelola parkir supaya tidak terdapat lagi pungutan parkir liar yang ada di sekitaran objek wisata Panorama Ngarai Sianok tersebut.

