

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Model penelitian menggunakan variabel *Perceived Attractiveness*, *Perceived Value* yang dimediasi oleh *Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*. Kriteria responden yang dijadikan objek dalam penelitian adalah wisatawan yang telah mengunjungi objek wisata Green House Lezatta minimal satu kali. Data di ambil dengan ukuran proporsional sampel 150 responden.

Hasil pengujian SEM (*structural equational modeling*) dengan software *SmartPLS* disimpulkan bahwa:

1. *Perceived Attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan semakin baik daya tarik yang dirasakan oleh wisatawan maka akan semakin tinggi kepuasan wisatawan tersebut terhadap wisata Green House Lezatta.
2. *Perceived Attractiveness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Revisit Intention* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan bahwa daya tarik yang dirasakan oleh wisatawan berbanding terbalik terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Green House Lezatta di masa yang akan datang.
3. *Satisfaction* tidak memediasi pengaruh antara *Perceived Attractiveness* dan *Revisit Intention* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan tidak memediasi pengaruh antara *Perceived Attractiveness* dan *Revisit intention* di objek wisata Green House

Lezatta. Artinya daya tarik yang dirasakan oleh wisatawan melalui kepuasan tidak berdampak terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Green House Lezatta.

4. *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan semakin besar nilai yang dirasakan oleh wisatawan maka akan semakin tinggi kepuasan wisatawan tersebut terhadap objek wisata Green House Lezatta.
5. *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan semakin besar nilai yang dirasakan oleh wisatawan maka akan berdampak terhadap niat berkunjung kembali wisatawan tersebut pada objek wisata Green House Lezatta di masa yang akan datang.
6. *Satisfaction* memediasi pengaruh antara *Perceived Value* dan *Revisit Intention* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan memediasi pengaruh antara *Perceived Value* dan *Revisit intention* di objek wisata Green House Lezatta. Artinya nilai yang dirasakan oleh wisatawan menghasilkan kepuasan dan berdampak terhadap niat berkunjung kembali wisatawan tersebut pada objek wisata Green House Lezatta.
7. *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* di objek wisata Green House Lezatta. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan yang dirasakan wisatawan berdampak terhadap niat berkunjung kembali wisatawan tersebut pada objek wisata Green House Lezatta di masa yang akan datang.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction*. Hal ini mengandung implikasi bahwa daya tarik yang dirasakan oleh wisatawan pada objek wisata Green House Lezatta dapat meningkatkan kepuasan, tetapi untuk kedepannya pengelola objek wisata Green House Lezatta harus meningkatkan kebersihan, akomodasi objek wisata, keselamatan atau keamanan pengunjung dan menyediakan tempat tinggal bagi wisatawan, serta menawarkan masakan lokal yang lebih beragam agar wisatawan merasa puas dengan keputusannya mengunjungi objek wisata Green House Lezatta.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Attractiveness* berpengaruh negatif terhadap *Revisit Intention*. Hal ini mengandung implikasi bahwa daya tarik secara langsung yang dirasakan oleh wisatawan pada objek wisata Green House Lezatta tidak terlalu mempengaruhi niat berkunjung kembali pada masa yang akan datang, karena berdasarkan kuesioner pengunjung sudah mempersepsikan bahwa Green House Lezatta sudah menarik, hal ini dibuktikan dengan mean yang cukup tinggi pada setiap indikator.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* tidak memediasi pengaruh antara *Perceived Attractiveness* dan *Revisit Intention*. Hal ini mengandung implikasi bahwa daya tarik yang dirasakan oleh wisatawan melalui kepuasan tidak menimbulkan niat berkunjung kembali pada objek

wisata Green House Lezatta, tetapi untuk kedepannya pengelola objek wisata Green House Lezatta harus lebih memperhatikan kebersihan, akomodasi objek wisata, keselamatan atau keamanan pengunjung dan menyediakan tempat tinggal bagi wisatawan, serta menawarkan masakan lokal yang lebih beragam, agar wisatawan merasa puas dengan keputusannya mengunjungi objek wisata Green House Lezatta dan merasa setia terhadap objek wisata Green House Lezatta sebagai pilihan destinasi.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* dan *revisit intention*. Hal ini mengandung implikasi bahwa nilai yang dirasakan oleh wisatawan pada objek wisata Green House Lezatta sudah memuaskan dan dapat menimbulkan niat berkunjung kembali pada masa yang akan datang, tetapi untuk kedepannya pengelola objek wisata Green House Lezatta harus lebih banyak menyediakan tempat foto yang menarik, spot atau tempat yang unik, membuat akomodasi yang bagus serta menambah atraksi kegiatan wisatawan, agar perjalanan ke objek wisata Green House Lezatta dapat meningkatkan persepsi positif dari teman-teman, serta dapat meningkatkan persepsi nilai wisata yang baik dan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* memediasi pengaruh antara *Perceived Value* dan *Revisit Intention*. Hal ini mengandung implikasi bahwa nilai yang dirasakan oleh wisatawan memberikan kepuasan dan menimbulkan niat berkunjung kembali pada objek wisata Green House Lezatta. Oleh karena itu pengelola objek wisata Green House Lezatta harus meningkatkan nilai objek wisata, sehingga nilai yang dirasakan wisatawan

dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ingin mengunjungi wisata tersebut dimasa yang akan datang.

6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh terhadap *Revisit Intention*. Hal ini mengandung implikasi bahwa wisatawan merasa puas dan ingin mengunjungi wisata Green House Lezatta tersebut dimasa yang akan datang, hal ini disebabkan karena objek wisata Green House Lezatta yang mempunyai keunikan wisata yang berbeda dari wisata lain yang mengusung konsep agrowisata. Oleh karena itu pengelola objek wisata Green House Lezatta harus meningkatkan keunikan tempat wisatanya, sehingga kedepannya wisatawan merasa puas dengan keputusannya mengunjungi objek wisata Green House Lezatta.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan. Disisi lain, keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengkaji pengaruh *Perceived Attractiveness*, *Perceived Value*, dengan *Satisfaction* sebagai mediasi terhadap *Revisit Intention* pada objek wisata Green House Lezatta. Pada penelitian ini tidak dimasukkan faktor-faktor lain yang memungkinkan untuk menimbulkan *Revisit Intention* dari wisatawan.
2. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam skala kecil, yaitu 150 responden yang merupakan wisatawan yang mengunjungi objek wisata Green House Lezatta minimal satu kali.

3. Penelitian ini hanya dilakukan untuk mendapatkan informasi dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Green House Lezatta saja. Jika pengumpulan informasi dapat dilakukan secara langsung kepada pihak pengelola dan pemerintah daerah serta pihak terkait, maka akan mendapatkan informasi yang lebih banyak dalam penerapan persepsi daya tarik, persepsi nilai, serta kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke objek wisata Green House Lezatta.

5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi Pihak Pengelola Objek Wisata Green House Lezatta

Dalam menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali, pengelola objek wisata Green House Lezatta sebaiknya lebih meningkatkan persepsi daya tarik, persepsi nilai serta kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Dari hasil kuesioner di kolom saran salah satu cara untuk meningkatkan hal tersebut adalah dengan meningkatkan kebersihan objek wisata, menambah spot unik, mengurangi tumbuhan mati dan memperbanyak tumbuhan hidup, serta menambah atraksi kegiatan. Selain itu akomodasi yang tersedia pada objek wisata ini juga masih kurang memadai, seperti penginapan dan rumah makan. Jadi untuk kedepannya diharapkan pengelola objek wisata Green House Lezatta dapat memperbaiki hal tersebut agar wisatawan merasa puas dan mempunyai niat berkunjung kembali di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Pada peneliti selanjutnya diharapkan mendapatkan sampel yang lebih beragam, seperti sampel wisatawan asing karena akan mendapatkan informasi yang berbeda.
- b. Penelitian ini menggunakan responden dengan skala kecil yaitu sebanyak 150 responden, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan skala responden yang lebih besar, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Peneliti selanjutnya diharapkan mendapatkan informasi dari pihak pemerintah dan pihak terkait lainnya, agar mendapatkan informasi yang tidak satu arah dari pengunjung saja.

