

BAB V

PENUTUP

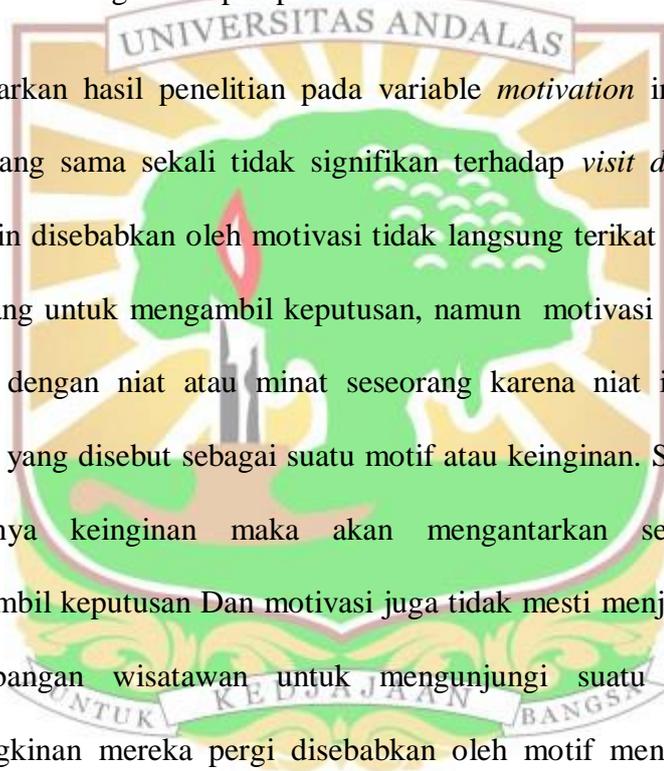
5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, mengenai Pengaruh *E-wom*, *Destination Image*, *Perceived Quality* Dan *Motivation* Terhadap *Visit Decision* Pada Kawasan Wisata Lembah Harau Kabupaten 50 Kota secara empiris ditemukan beberapa bukti dari jawaban hipotesis yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *E-wom* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung masyarakat. Ini membuktikan bahwa kebutuhan orang dalam menggunakan internet sangat tinggi, salah satunya melalui sosial media yang sangat berpengaruh untuk meningkatkan kunjungan ke suatu tempat wisata. Khususnya ke kawasan wisata lembah harau.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *visit decision*. Hal ini menjelaskan dengan adanya citra yang baik maka akan mempengaruhi masyarakat untuk berkunjung ke Kawasan wisata Lembah Harau. Masyarakat akan terpuaskan dengan adanya pemandangan yang indah, sejuk dan mempesona. Serta dilengkapi dengan berbagai macam wahana bermain.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *perceived quality* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *visit decision*. Artinya bahwa kualitas yang diberikan pihak pengelola kawasan wisata lembha harau belum mampu membuat para pengunjung aman dari kekhawatiran yang ada. Sehingga kepuasan dalam berwisata tidak terpenuhi secara baik. Yang akhirnya juga akan membentuk persepsi yang tidak sesuai dengan harapan para wisatawan tersebut.

4. Berdasarkan hasil penelitian pada variable *motivation* ini menunjukkan hasil yang sama sekali tidak signifikan terhadap *visit decision*. Hal ini mungkin disebabkan oleh motivasi tidak langsung terikat sebagai langkah seseorang untuk mengambil keputusan, namun motivasi lebih cenderung terikat dengan niat atau minat seseorang karena niat itu berada pada tingkat yang disebut sebagai suatu motif atau keinginan. Sehingga dengan timbulnya keinginan maka akan mengantarkan seseorang untuk mengambil keputusan Dan motivasi juga tidak mesti menjadi satu-satunya pertimbangan wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan. Ada kemungkinan mereka pergi disebabkan oleh motif mengikuti keluarga, teman, kerabat dan lain sebagainya.



5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Electronic Word of Mouth*, *Destination Image*, *Perceived Quality* Dan *Motivation* mempunyai implikasi tersendiri bagi masyarakat dalam memutuskan berkunjung ke kawasan wisata Lembah Harau. Walaupun hasilnya ada yang tidak sesuai dengan harapan namun secara keseluruhan masyarakat setuju dengan pernyataan dan indikator yang dipaparkan pada penelitian ini.

Adapun implikasi yang dapat dikembangkan oleh Kawasan Wisata Lembah Harau adalah

1. Dari aspek *electronic word of mouth* rata-rata pengunjung sering membaca ulasan mengenai Kawasan Lembah Harau di media sosial sehingga pihak pengelola hanya perlu mempertahankan sensasi tersebut dengan terus aktif dalam mempromosikan kawasan wisata tersebut. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah belum sebagian besar dari masyarakat tertarik untuk berkonsultasi mengenai kawasan wisata lembah harau ini sebelum melakukan perjalanan wisata. Maka menanggapi hal ini, diperlukan suatu upaya untuk mengajak calon pengunjung agar lebih terlibat aktif dalam interaksi dan bukan sekedar membaca apa yang ditulis oleh pengguna media sosial lain. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan memperbanyak upload konten berupa foto dan video ke media social Facebook dan Instagram yang unik dari sudut-sudut spot yang bagus (seperti: dari atas bukit lembah harau yang menampilkan keindahan panorama, air terjun

dan hamparan sawah yang menarik) yang dapat dilakukan setiap hari secara rutin dari kawasan wisata lembah harau itu, kemudian mengupload eforia kebahagiaan yang unik berupa interaksi dari petugas parkir yang sedang membantu sopir dalam mengatur posisi mobilnya, canda tawa, gerak tubuh, ekspresi wajah pengunjung yang melakukan kegiatan outbond dengan kelompoknya atau kemudian membuat konten-konten berhadiah seperti mengacak foto-foto dari berbagai macam wahana secara acak yang kemudian para pengulas media sosial itu disarankan untuk terlibat dalam mengatur gambar tersebut menjadi bagian yang sempurna dan bagi 10 orang pertama yang paling cepat akan diberikan suatu door prize menarik dari pihak pengelola. Sehingga akan menarik keinginan calon pengunjung untuk mengulas kawasan wisata tersebut dan sekaligus berkonsultasi dengan pengunjung lain.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat jika dilihat dari aspek *Destination Image*, Kawasan Wisata Lembah Harau telah membuat pengunjung mendatanginya karena disebabkan oleh daya tarik yang dimiliki. Tetapi perlu digarisbawahi bahwa ada daya tarik yang tidak dapat dinikmati oleh para pengunjung terutama pengunjung dari luar daerah. Yaitu mengenai makanan dan minuman lokal. Maka dari itu diperlukan kerjasama dan perhatian khusus dari pihak pemerintah untuk bekerja sama dengan pihak pengelola agar lebih banyak menawarkan makanan atau minuman local. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan suatu tempat khusus untuk foodcourt makanan atau minuman

local, sehingga sumbernya akan lebih terpusat di suatu titik. masyarakat yang menyewa pun tidak perlu pusing dalam membuat tempat, mereka cukup bersedia mengikuti setiap aturan dari pemerintah melalui pengelola dan mereka akan lebih terbantu. Karena dari apa yang peneliti lihat bahwa di Kawasan Wisata Lembah Harau tersebut, makanan seperti indomie, cappuccino dll sebagainya masih menjadi makanan yang dominan diminati. Harusnya makanan dan minuman local harus lebih diperbanyak ketersediaannya. Seperti galamai, karak kaliang, bolu batik, dadiah, bareh randang, randang talua, randang paru, randang runtiah, gulai pongek dan minumannya juga bisa digunakan atau ditambahkan dengan kawa daun sehingga dapat menyainigi produk nasional seperti cappuccino dan lain sebagainya.

3. Dari aspek *perceived quality*, Kawasan Wisata Lembah Harau sebenarnya memiliki nilai yang hampir merata pada distribusi frekuensinya. Namun penilaian tersebut belum menjadikan variable ini cukup memberikan pengaruh terhadap Kawasan Wisata Lembah Harau. Walaupun banyak yang memandang kalau persepsi mereka terhadap kualitas yang diberikan sudah cukup baik tetapi secara keseluruhan masih perlu peningkatan kualitas Kawasan Wisata Lembah Harau agar sesuai dengan harapan para wisatawan. Salah satunya dari segi keamanan. Masih banyak para pengunjung merasa tidak aman dengan keramaian seperti itu, terutama ketika mereka membawa motor, ketika mereka meletakkan helm di motor ada rasa gelisah dan was-was yang menjadikan mereka sedikit tidak

leluasa dalam menjelajahi kawasan dengan waktu yang lama. maka harusnya antisipasi yang dapat dilakukan adalah dengan membuat locker room sebagai tempat penitipan helm, tas dan barang berharga lainnya. Kemudian untuk akses harus diperlebar karena kondisi yang masih dalam pengembangan, terutama jalan yang masih kecil dan sempit. Semetara mobil yang masuk kebanyakan mobil besar. harusnya pihak pengelola lebih memperbanyak rambu-rambu jalan sebagai symbol yang mempermudah sopir dalam memahami kondisi dari arah yang berlawanan. Terus kemudian di salah satu wahana seperti wahana perahu. Banyak pengunjung yang belum mengerti dan merasa tidak aman ketika menggunakannya yang disebabkan oleh kurangnya bimbingan dari pihak pengelola. Terutama kebanyakan yang ingin mencoba adalah anak remaja wanita. harusnya pihak pengelola dapat mengantisipasi hal itu dengan menyediakan pembimbing atau memberikan informasi-informasi berupa rambu petunjuk bagaimana penggunaan perahu tersebut di sekitar wahana itu. sehingga kekhawatiran dapat diminimalkan.

4. Dari aspek *motivation*, penelitian ini menunjukkan hasil yang sama sekali tidak signifikan terhadap *visit decision*. Hal ini mungkin disebabkan oleh motivasi tidak menjadi satu-satunya pertimbangan wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan. Bisa jadi mereka pergi ke kawasan wisata lembah harau tersebut karena mengikuti keluarga, teman, kerabat dan lain sebagainya. sebenarnya pihak pengelola dapat memanfaatkan moment itu dengan merangsang suatu kelompok sebagai penggeraknya. Yang dapat

dilakukan dengan cara memberikan edukasi berupa seminar, sponsor acara suatu instansi atau kelompok komunitas tentang “kebutuhan tubuh untuk berwisata”. kemudian penyebaran informasi yang lebih kuat lagi kepada setiap individu-individu baik melalui radio, media social seperti facebook, instagram, youtube, penyebaran dari mulut ke mulut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang digunakan, oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui antara lain:

1. Penyebaran dan pengambilan data melalui kuisioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasaan *perceptual*, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu, sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak mengikutsertakan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel *Visit Decision* diluar variabel yang diteliti.

5.4 Saran

Penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga masih butuh penelitian tambahan yang berkelanjutan, lebih terarah dan lebih luas dari penelitian ini sehingga kelemahan yang muncul dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan disempurnakan. Saran yang dapat diberikan sebagai alternatif dari penelitian ini di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten 50 Kota)

- a. Pemerintah khususnya Pemerintah Daerah (Pemda) yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten 50 Kota harus semakin meningkatkan pariwisatanya dan harus terbuka terhadap masukan dari para pengunjung dengan membuka layanan customer service, live chat, dan mendirikan kotak saran di titik-titik tertentu. sehingga setiap tahunnya mengalami kenaikan kunjungan dari para wisatawan. Adapun aspek-aspek yang terdapat pada Kawasan wisata Lembah Harau seperti kebersihan, keamanan, kelengkapan fasilitas, produk (mencakup kuliner, kesenian/kebudayaan, dan hal lain yang menjadi ciri khas Kabupaten 50 Kota), dan aspek lain harus semakin diperbaiki dan ditingkatkan untuk semakin memunculkan rasa ketertarikan para wisatawan dalam memutuskan berkunjung dan berwisata ke Kawasan Wisata lembah Harau.
- b. Hal lain menurut penulis yang perlu dilaksanakan Pemerintah Daerah (Pemda) yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten 50 Kota adalah dengan melakukan sebuah program untuk

lebih dekat dengan para wisatawan yang berkunjung melalui pihak-pihak pengelola tempat wisata. Program itu dapat berupa pertunjukkan seni seperti randai dan pencak silat, music seperti saluang, game show seperti tarik tambang, pacu karung dan lain-lain untuk memahami keinginan para wisatawan dan memperlakukan wisatawan dengan baik. Dengan begitu maka akan diperoleh sebuah respon yang nantinya menjadi tolak ukur bagi pemerintah untuk memperbaiki aspek apa saja yang harus ditingkatkan. Dan juga bagi para wisatawan nantinya akan lebih senang dan diharapkan mereka menjadikan Kawasan Wisata Lembah Harau sebagai prioritas utama ketika ingin berwisata.

2. Bagi Masyarakat Pada Umumnya (Wisatawan)

Bagi wisatawan mari jadikan Kawasan Wisata Lembah Harau sebagai prioritas utama untuk melakukan perjalanan wisata, karena banyak hal-hal yang bisa dieksplor di Kawasan Wisata Lembah Harau. Karena memiliki pemandangan yang indah serta sangat cocok untuk dijadikan sebagai tempat berkumpul dengan keluarga dan teman.

Serta para wisatawan juga harus mengedukasi dirinya sendiri untuk dapat menyerap sesuatu yang penting ketika berwisata ke Kawasan Wisata Lembah Harau. Hal terpenting yang perlu dijaga adalah senantiasa menjaga tempat wisata itu sendiri, seperti tidak merusak segala sesuatu yang ada disana, tidak membuang sampah sembarangan, dan tidak membuat hal-hal yang dapat merugikan Kawasan Wisata Lembah Harau dan pengunjung lainnya.

3. Bagi Masyarakat Akademik

- a. Untuk penelitian yang akan datang jika berkeinginan untuk menggunakan variable-variabel yang digunakan saat ini, diharapkan dapat memperluas daerah penelitian karena jumlah responden atau sampel yang masih relatif kecil, untuk itu pengambilan sampel tidak hanya dilakukan terhadap daerah-daerah yang berjarak lebih kurang 100 km dari Kabupaten 50 Kota saja, sehingga data yang diperoleh dapat lebih besar dan dapat membrikan pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan wisatawan mengunjungi suatu kawasan wisata.
- b. Penelitian yang akan datang juga diharapkan untuk dapat memperluas model penelitian ini dan menambahkan beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung. seperti Ekowisata, *Viral Marketing*, *Brand Equity* dan lain sebagainya. Karena ada beberapa variable yang peneliti gunakan, tidak mempengaruhi keputusan berkunjung para wisatawan seperti *motivation* dan *perceived quality*.

