

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Model penelitian menggunakan variabel nilai wisatawan terhadap niat berkunjung kembali. Kriteria responden yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah responden yang pernah mengunjungi objek wisata lembah harau minimal 1 kali kunjungan, 5 Oktober sampai 18 Oktober 2015 dengan ukuran proporsional sampel 105 responden.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan nilai wisatawan (*tourism value*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada wisatawan objek wisata lembah Harau, Payakumbuh. Hal ini mengindikasikan semakin baik nilai wisatawan (*tourism value*) yang di rasakan maka niat berkunjung kembali (*revisit intention*) wisatawan ke objek wisata lembah Harau akan semakin tinggi.
2. Nilai fungsional kualitas (*functional value of quality*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di objek wisata Harau, Payakumbuh. Hal ini mengindikasikan nilai fungsional kualitas (*functional value of quality*) yang dirasakan wisatawan akan berdampak kepada niat berkunjung kembali ke objek wisata lembah Harau yang semakin tinggi.
3. Nilai fungsional harga (*functional value of price*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di objek wisata Harau, Payakumbuh.



Hal ini mengindikasikan nilai fungsional harga (*functional value of price*) yang dirasakan wisatawan akan berdampak pada niat berkunjung kembali (*revisit intention*) ke objek wisata lembah Harau.

4. Nilai sosial (*social value*) cukup berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di objek wisata Harau, Payakumbuh. Hal ini di karenakan dari lima indikator dimensi yang di teliti, hanya tiga indikator yang mempunyai pengaruh yang kuat. Sedangkan dua indikator lainnya tetap berpengaruh, akan tetapi mempunyai pengaruh yang lemah, sehingga harus di hilangkan. Akan tetapi ini mengindikasikan semakin baik nilai sosial (*social value*) yang dirasakan wisatawan saat berkunjung ke objek wisata lembah Harau, maka niat berkunjung kembali (*revisit intention*) akan semakin tinggi.

5. Nilai emosional (*emotional value*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di objek wisata Harau, Payakumbuh. Hal ini mengindikasikan semakin baik nilai emosional (*emotional value*) yang dirasakan wisatawan akan berdampak kepada niat berkunjung kembali (*revisit intention*) ke objek wisata lembah Harau akan semakin tinggi.

6. Nilai epistemik (*epistemic value*) cukup berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di objek wisata Harau, Payakumbuh. Hal ini di karenakan dari empat indikator dimensi yang di teliti, hanya tiga indikator yang mempunyai pengaruh yang kuat. Sedangkan satu indikator lainnya tetap berpengaruh, akan tetapi mempunyai pengaruh yang lemah, sehingga harus di hilangkan. Akan tetapi ini mengindikasikan semakin baik



nilai epistemik (*epistemic value*) yang dirasakan wisatawan saat berkunjung, maka akan berdampak kepada niat berkunjung kembali (*revisit intention*) ke objek wisata lembah Harau yang semakin tinggi.

## 5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penemuan ini mempunyai beberapa implikasi penting yaitu sebagai berikut ;

### a. Pada Variabel Nilai Wisatawan

Dengan memberikan nilai yang baik kepada wisatawan berupa nilai dari kualitas layanan, nilai fungsional harga, nilai sosial, nilai emosional dan nilai epistemik, akan memberikan pengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata lembah Harau, Payakumbuh. Pengelola disarankan agar lebih meningkatkan dan memperhatikan kelima aspek tersebut. Hal ini akan bermanfaat bagi pengelola objek wisata lembah Harau agar mendapatkan wisatawan yang akan setia berkunjung kesana.

### b. Pada Dimensi Nilai Fungsional Kualitas

Dengan Meningkatkan Kualitas pelayanan terhadap pengunjung, kualitas fasilitas yang di sediakan, kualitas view yang ditampilkan oleh objek wisata Lembah Harau, pengunjung akan lebih menikmati kunjungan mereka pada saat berwisata. Hal ini bermanfaat agar terciptanya keinginan untuk kembali oleh pengunjung ke objek wisata Harau.

### c. Pada Dimensi Nilai Fungsional Harga

Dengan memberikan atau menyediakan tiket atau karcis tanda masuk ke objek wisata Lembah Harau, pengelola akan mendapatkan dampak yang



positif yakni akan mempermudah pengelola menghitung statistik pengunjung yang datang ke objek wisata Lembah Harau dan juga akan memberikan pemasukan pasti kepada pengelola objek wisata Lembah Harau. Penyediaan tiket pun dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi pengunjung serta akan mengurangi kesalahpahaman yang mungkin terjadi antara pengelola dan pengunjung nantinya.

**d. Pada Dimensi Nilai Sosial**

Dengan meningkatkan interaksi yang baik antara pengelola dengan pengunjung, pengunjung akan dapat merasakan dampak positif dari kegiatan berwisata yang mereka lakukan, akan terciptanya rasa bangga di dalam diri pengunjung pada saat berwisata, keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan rasa takjub yang bisa mereka dapatkan pada saat berkunjung ke objek wisata Lembah Harau. Ini pada akhirnya akan berdampak pada kunjungan kembali yang dilakukan oleh pengunjung.

**e. Pada Dimensi Nilai Emosional**

Dengan memberikan tampilan yang baik pada objek wisata, menjaga kebersihan lingkungan objek wisata, serta membersihkan area objek wisata dari rumput liar dan sebagainya. Ini akan bermanfaat pada nilai emosional yang akan dirasakan oleh pengunjung pada saat berwisata, seperti : perasaan rileks, nyaman serta rasa suka pada saat berwisata, sehingga pengunjung betah untuk berlama-lama di objek wisata Lembah Harau.

**f. Pada Dimensi Nilai Epistemik**



Dengan meningkatkan kualitas dari objek wisata Lembah Harau, pengelola dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung, memberikan pengetahuan kepada pengunjung tentang objek wisata Lembah Harau dan membuat pengunjung penasaran akan keindahan objek wisata Harau. Peningkatan kualitas ini dapat berupa penyediaan pemandu wisata (*tour-guide*) bagi pengunjung lokal maupun mancanegara, sehingga akan bermanfaat bagi pengunjung yang berwisata dan dapat membuat pengunjung ingin datang kembali ke objek wisata Lembah Harau.

**g. Pada Variabel Niat Berkunjung Kembali**

Implikasi yang bermanfaat bagi pengelola objek wisata lembah Harau pada Niat Berkunjung Kembali adalah pengelola akan senantiasa meningkatkan segala aspek penunjang objek wisata lembah Harau agar dapat membuat pengunjung objek wisata menjadi nyaman dan mau berkunjung kembali kesana di masa depan.

**5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain, keterbatasan dan kelemahan 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 responden yang diambil hanya dalam skala kecil yaitu 105 responden yang merupakan wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata lembah Harau minimal 1 kali, sehingga hasilnya tidak dapat



dibandingkan dengan nilai wisatawan yang mempengaruhi niat berkunjung kembali pengunjung secara global.

2. Penelitian ini hanya dilakukan untuk mendapatkan informasi dari pengunjung yang pernah ke objek wisata lembah harau 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 pengaruh nilai wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke objek wisata lembah Harau.

#### 5.4 Saran

##### 5.4.1 Bagi Pihak Pengelola Objek Wisata Lembah Harau

Pengelola dapat menerapkan strategi pemasaran melalui strategi nilai wisatawan dengan dimensi nilai fungsional kualitas, harga, nilai sosia, nilai emosional dan nilai epistemik Adapun saran yang ditujukan kepada pengelola adalah:

- a. Nilai Fungsional Kualitas
  - Menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung, seperti tempat bersantai sambil menikmati makanan dan minuman khas cafe di perkotaan sambil menikmati pemandangan Harau. Hal ini sangat berguna bagi kepuasan pengunjung selama berada di lokasi wisata.
  - Tata kelola (*layout*) lokasi objek wisata lembah Harau seperti lokasi parkir, lokasi pedagang dan penentuan tempat-tempat duduk bagi



pengunjung agar lebih dapat menikmati keindahan pemandangan objek wisata lembah Harau.

- Pengelola diharapkan dapat menambah wahana lain yang dapat hiburan yang istimewa bagi pengunjung seperti olahraga panjat tebing dan *fly-ing fox*.

b. Nilai Fungsional Harga

- Pengelola diharapkan bisa menyediakan tiket untuk pengunjung yang datang berwisata. Tiket ini bertujuan agar setiap pengunjung mempunyai bukti telah membayar tiket masuk ke objek wisata Harau, menimbulkan rasa bangga bagi pengunjung karena mendapatkan tiket masuk ke Harau, untuk membantu menghitung jumlah pengunjung yang datang serta mendatang pemasukan yang jelas bagi pengelola.

c. Nilai Sosial

- Pengelola harus menciptakan rasa senang bagi pengunjung seperti mengadakan acara-acara hiburan.
- Memberikan pelayanan yang sopan dan ramah akan memberikan kenyamanan bagi pengunjung selama di objek wisata lembah Harau.
- Menyediakan kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata lembah Harau yang berguna untuk meningkatkan rasa bangga pengunjung terhadap objek wisata lembah Harau.
- Peningkatan hubungan dan interaksi antara masyarakat di sekitar lokasi objek wisata lembah Harau dengan pengunjung. Hal ini bertujuan selain



untuk silaturahmi juga untuk menjaga keamanan dan kenyamanan antar kedua belah pihak, sehingga dapat terhindar dari tindakan kejahatan dan asusila.

d. Nilai Emosional

- Pengelola diharapkan menjaga lingkungan objek wisata lembah Harau agar tetap asri dengan cara penanaman pohon kembali karena kebanyakan pohon yang ada di lokasi objek wisata lembah Harau sudah tua dan ada yang sudah tumbang. Hal ini dilakukan untuk menjaga keasrian lokasi wisata dan menjaga agar udara di lokasi wisata tetap menyegarkan bagi pengunjung.
- Pengelola diharapkan agar dapat menjaga keasrian objek wisata lembah Harau agar menjadi salah satu tujuan wisata alam andalan di Sumatera Barat khususnya di Kabupaten 50 Kota.

e. Nilai Epistemik

- Pengelola diharapkan dapat menyediakan pemandu wisata (*tour guide*) untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung tentang apapun mengenai Objek Wisata Harau, seperti Legenda Objek wisata Harau, Jenis bebatuan yang terdapat di Harau, Hewan-hewan yang hidup di Harau dan lain-lain.
- Pengelola diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada pengunjung tentang objek wisata lembah Harau terutama kepada pengunjung yang baru pertama kali berkunjung dan wisatawan asing.



Memberi informasi tentang objek wisata lembah Harau akan membantu pengunjung dalam menikmati keberadaan mereka selama di objek wisata lembah Harau. Pengelola disarankan memberikan fasilitas yang nyaman bagi pelanggan selama berada di objek wisata, seperti tempat duduk yang nyaman, pemandangan yang indah bila dipandang , tersedianya petunjuk arah yang jelas dan toilet yang bersih serta outbond yang memadai.

- 
7. Niat Berkunjung Kembali
    - a. Meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Hal ini sangat berguna bagi kepuasan wisatawan dan menarik pengunjung untuk berkunjung kembali.
    - b. Dengan adanya nilai yang baik yang diberikan kepada wisatawan, membuat wisatawan bersedia akan merasakan pengalaman yang positif, ilmu pengetahuan dan lainnya yang membuat mereka merasakan manfaat kunjungan di objek wisata Harau, sehingga pengunjung berniat datang kembali di masa yang akan datang.

#### **5.4.2 Bagi Peneliti yang Akan Datang**

- a. Pada penelitian yang akan datang, diharapkan peneliti mendapatkan sampel yang lebih beragam seperti sampel wisatawan asing di mana akan mendapatkan informasi yang berbeda menurut pandangan dari wisatawan asing.
- b. Penelitian ini menggunakan responden dengan skala kecil yaitu sebanyak 105 responden pada pengunjung yang datang ke objek wisata lembah Harau

di Payakumbuh. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan skala responden yang lebih luas, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

- c. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus kepada variabel Nilai Wisatawan terhadap Niat berkunjung Kembali. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali seperti variabel *experiential marketing* atau *word of mouth*.
- d. Diharapkan penelitian yang akan datang mendapatkan informasi dari pihak pemerintah dan pihak terkait lainnya, maka akan mendapatkan informasi yang tidak satu arah dari pengunjung saja.

