

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran 4C (Consumer Solution, Convenience, Cost, dan Communication) terhadap terhadap niat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) Wisatawan Nusantara pada Pantai Air Manis Padang. Penelitian ini menganalisis Data Primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan *online Google Form* dan peneliti terjun ke lapangan secara langsung (*Drop and Collect*). Pada penelitian ini didapatkan 200 Responden yaitu Wisnus yang berdomisili di luar Provinsi Sumatera Barat dan yang pernah mengunjungi Pantai Air Manis. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, pada Penelitian ini menggunakan program *Smart PLS 4*. Dari hasil pengolahan data yang dibahas sebelumnya, hasil tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. *Consumer Solution* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang. Hal ini menunjukkan bahwa *Consumer Solution* dapat memberikan pengaruh terhadap Wisnus yang mengunjungi Pantai Air Manis Padang. Dengan hasil ini maka dinyatakan bahwa hipotesis pertama *Consumer Solution* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang dapat diterima.
2. *Convenience* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang. Hal ini menunjukkan

bahwa *Convenience* tidak dapat memberikan pengaruh terhadap Wisnus yang mengunjungi Pantai Air Manis Padang. Dengan hasil ini maka dinyatakan bahwa hipotesis kedua *Convenience* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang ditolak.

3. *Cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang. Hal ini menunjukkan bahwa *Cost* dapat memberikan pengaruh terhadap Wisnus yang mengunjungi Pantai Air Manis Padang. Dengan hasil ini maka dinyatakan bahwa hipotesis pertama *Cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang dapat diterima.
4. *Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang. Hal ini menunjukkan bahwa *Communication* dapat memberikan pengaruh terhadap Wisnus yang mengunjungi Pantai Air Manis Padang. Dengan hasil ini maka dinyatakan bahwa hipotesis pertama *Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus pada Pantai Air Manis Padang dapat diterima.

5.2 Implikasi

Dari hasil Penelitian yang telah diperoleh setelah adanya pengolahan data, ada beberapa implikasi yang dapat diperoleh, bertujuan untuk meningkatkan Niat Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) Wisnus pada Pantai Air Manis Padang. Berdasarkan variabel *Consumer Solution*, Wisnus melakukan kunjungan karena Pantai Air Manis menyediakan fasilitas umum seperti Warung, Pusat Informasi, Tempat Sampah, *Shelter*/Pondok, Toilet, Musholla, Jalan Setapak atau Jembatan, *Water Sport*, *ATV* agar Wisnus dapat memilih sesuai dengan yang dibutuhkan. Selain itu, ada beberapa petugas yang membantu selama kunjungan di Pantai Air Manis sehingga memudahkan Wisnus dalam menjelajah Objek Wisata tersebut dan lebih memahami sejarah Batu Malin Kundang.

Berdasarkan variabel *Convenience*, akses jalan menuju Pantai Air Manis dapat dilalui dengan mudah, sehingga memudahkan Wisnus berkunjung ke Objek Wisata Legenda Batu Malin Kundang tersebut. Pantai Air Manis juga menyediakan berbagai Fasilitas seperti Rumah Makan, tempat ibadah dan tempat parkir yang luas. Namun, ketersediaan sampah kurang memadai sehingga mempengaruhi kebersihan dan kenyamanan Wisnus selama menghabiskan waktu di Pantai Air Manis. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi Pantai Air Manis untuk dapat memperhatikan fasilitas lebih detail dan melakukan inovasi apa yang dibutuhkan oleh Wisnus. Oleh karena itu, Wisnus tidak merasa bosan dengan fasilitas yang ada dan merasa lebih nyaman ketika berkunjung di Pantai Air Manis.

Berdasarkan variabel *Cost*, Pantai Air Manis mengimplementasikan biaya masuk yang *affordable*. Biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* Wisnus sehingga mendorong Pemangku Kepentingan di Pantai Air Manis untuk mengembangkan strategi harga yang lebih efektif. Ini bisa mencakup peninjauan harga tiket masuk, harga makanan dan minuman, akomodasi dan wahana hiburan di Pantai Air Manis. Akan tetapi, biaya masuk tidak sebanding dengan fasilitas dan pengalaman yang ditawarkan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi Pantai Air Manis, Pemilik Usaha di sekitar pantai, dan Pemerintah untuk menyesuaikan strategi harga yang lebih menarik bagi Wisnus.

Berdasarkan variabel *Communication*, Pantai Air Manis melakukan promosi melalui *official account Instagram* Pantai Air Manis sehingga Wisnus tertarik untuk berkunjung kembali atau penasaran dengan program/ wahana yang ada di Objek Wisata tersebut. Selain itu, Petugas di Pantai Air Manis bersikap ramah dan membantu Wisnus selama berkunjung. Pantai Air Manis menerapkan keterampilan komunikasi yang baik, dapat menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam melakukan Penelitian ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan dapat lebih diperhatikan bagi peneliti lain. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peneliti hanya melakukan analisis seputar Bauran Pemasaran 4C (*Consumer Solution, Convenience, Cost, and Communication*) terhadap Niat Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) Wisnus pada Pantai Air Manis Padang.
2. Terdapat keterbatasan pada Penelitian sebelumnya mengenai Bauran Pemasaran 4C (*Consumer Solution, Convenience, Cost, and Communication*).
3. Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini terbatas karena hanya pada pengumpulan berupa data kuantitatif yang diperoleh melalui tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner.
4. Penelitian ini hanya mencakup beberapa kota dan provinsi di Indonesia.

5.4 Saran Penelitian

Berikut beberapa saran dari peneliti untuk mengatasi kelemahan dalam penelitian ini:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang berbeda seperti 3A (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas), Pengaruh Promosi Pariwisata *Digital, Brand Image, Motivasi Perjalanan*, serta menambahkan variabel moderasi agar didapatkan hasil penelitian yang bervariasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat membuat atau mengembangkan penjelasan yang lebih sederhana pada subjudul kuesioner agar responden lebih mudah memahami konteks variabel

3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengangkat isu tentang UMKM yang ada di Objek Pantai Air Manis dan dapat mengkaji strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan keberlanjutan pariwisata, termasuk pengelolaan limbah, konservasi lingkungan, dan partisipasi komunitas lokal.

