

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *service quality*, *tourist experience* dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap *revisit intention* di Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu *service quality*, *tourist experience*, *Electronic Word Of Mouth* dan variabel dependen yaitu *revisit intention*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui *google form* dengan sampel sebanyak 170 responden. Data akan diolah dengan menggunakan software SmartPLS 4.0. Berikut adalah hasil penelitian dan pembahasan terkait pengujian hipotesis.

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara *service quality* terhadap variabel *revisit intention*. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila *service quality* tidak berdampak terhadap *revisit intention* Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay.
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *tourist experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Sehingga dapat diartikan bahwa setiap terjadinya peningkatan *tourist experience* yang baik dari wisatawan maka akan meningkatkan *revisit intention* Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota.
- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *revisit*

*intention*. Sehingga dapat diartikan bahwa wisatawan akan semakin tertarik berkunjung kembali jika informasi yang mereka dapatkan tentang destinasi tersebut semakin banyak.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan beberapa implikasi yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak terkait.

### a. Implikasi Akademik

Peneliti diharapkan mampu memperdalam terkait ilmu manajemen terutama ilmu pemasaran terkait bidang pariwisata. Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi selanjutnya pada bidang berkaitan dan bermanfaat untuk pengembangan terkait ilmu-ilmu pemasaran terutama yang berkaitan dengan variabel *service quality*, *tourist experience*, *electronic word of mouth* dan *revisit intention*.

### b. Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi yang berguna bagi pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota antara lain:

1. Berdasarkan hasil deskriptif variabel *service quality* dapat dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan “Karyawan Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay menangani keluhan saya bahkan setelah jam kerja” sebesar 3,95. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay harus melakukan perbaikan kualitas layanan terkait SOP layanan pengaduan dan keluhan di luar jam operasional perusahaan.

2. Berdasarkan hasil deskriptif variabel *tourist experience* dapat dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan “Berkunjung ke Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay mampu merangsang rasa ingin tahu saya untuk mempelajari hal-hal baru”. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay dapat melakukan inovasi-inovasi terbaru yang dapat memberikan inspirasi dan wawasan baru kepada wisatawan yang berkunjung. Selain itu, pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay juga dapat berkolaborasi dengan beberapa objek wisata yang terdekat dengan lokasi seperti Harau Sky, Kampung Eropa dengan tujuan agar pengalaman berkesan yang diterima oleh pengunjung lebih banyak lagi.

3. Berdasarkan hasil deskriptif variabel *electronic word of mouth* dapat dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan “Swarnabhumi Harau Selfie & Stay akan menjadi tempat yang wajib dikunjungi ketika saya merencanakan perjalanan dimasa yang akan datang”. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay harus mampu menciptakan daya tarik agar orang mau berkunjung kembali di masa yang akan datang. Salah satu upaya lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan meng-*endors* beberapa influencer daerah dengan tujuan agar pengunjung dapat memperoleh informasi lengkap terkait objek wisata.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih memiliki kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian diantaranya:

- a. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *service quality*, *tourist experience*, *electronic word of mouth* (E-WOM) dan satu variabel dependen yaitu *revisit intention*, sehingga tidak dapat diketahui bagaimana pengaruh variabel lainnya terhadap *revisit intention*.
- b. Sampel penelitian yang digunakan untuk penelitian ini masih sedikit dan terbatas hanya berjumlah 170 responden sehingga ada kemungkinan sampel yang digunakan belum mampu menggambarkan secara keseluruhan responden yang berkunjung ke Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay.
- c. Peneliti hanya terfokus melakukan penelitian di objek wisata Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota.
- d. Peneliti tidak mencantumkan screening responden terkait variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) sehingga tidak dapat diketahui apakah responden pernah melihat komentar wisatawan lainnya terkait objek Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota.
- e. Sebagian besar dari responden yang mengisi kuesioner adalah pengunjung lokal yang berasal dari daerah Kabupaten Lima Puluh Kota dan Payakumbuh, sehingga tidak dapat memberikan gambaran keseluruhan terkait wisatawan yang berkunjung ke Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay.

f. Peneliti tidak memberikan batasan kunjungan pada bagian kriteria responden sehingga tidak dapat menjawab kriteria pengunjung yang melakukan *revisit intention* pada penelitian ini.

#### 5.4 Saran

Adapun saran yang dapat digunakan untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

- a. Diharapkan penelitian berikutnya dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi *revisit intention* seperti *destinasi image*, *customer satisfaction*, *store atmosphere* dan *lifestyle* untuk diteliti.
- b. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang digunakan sehingga dapat menggambarkan secara keseluruhan dari wisatawan yang berkunjung.
- c. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di objek wisata lainnya di Sumatera Barat.
- d. Diharapkan pihak Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay mampu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan yang berkunjung terutama terkait keluhan wisatawan.
- e. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mencantumkan screening responden terkait variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) sehingga tidak dapat diketahui apakah responden pernah melihat komentar wisatawan lainnya terkait objek Swarnabhumi Harau Resto Selfie & Stay Kabupaten Lima Puluh Kota.
- f. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan batasan kunjungan pada bagian kriteria responden sehingga tidak dapat menjawab kriteria pengunjung yang melakukan *revisit intention* pada penelitian ini.