

BAB I

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* dan *local food* terhadap pemilihan destinasi wisata di Kota Bukittinggi dengan *eating experience* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eating experience*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, terutama yang mencerminkan minat terhadap kuliner, budaya, dan pengalaman baru, maka semakin besar pula peluang mereka untuk mendapatkan pengalaman makan yang bermakna saat berwisata. Aktivitas seperti mencari tempat makan yang unik dan mencoba makanan lokal menjadi bagian penting dari gaya hidup wisatawan saat ini.
2. *Local Food* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eating experience*. Keunikan makanan lokal di Kota Bukittinggi, seperti Nasi Kapau dan Ampiang Dadiah, berkontribusi besar dalam membentuk pengalaman makan yang tak terlupakan. Wisatawan menghargai

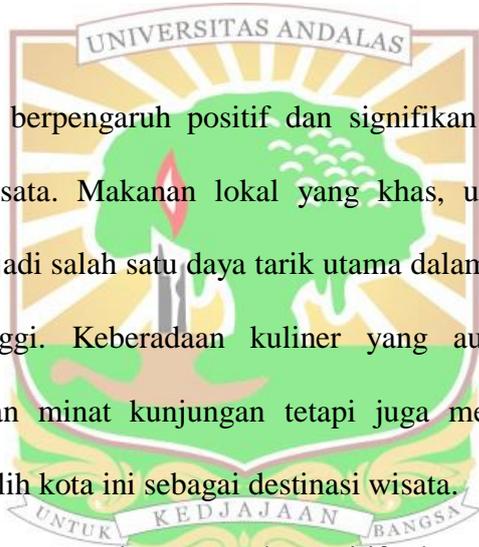
makanan lokal yang otentik, baik dari segi rasa, penyajian, maupun nilai budaya yang dikandungnya.

3. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata. Gaya hidup menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih Bukittinggi sebagai destinasi. Wisatawan yang memiliki preferensi gaya hidup aktif, eksploratis, dan berorientasi pada pengalaman, cenderung lebih tertarik pada destinasi yang menawarkan keunikan, termasuk aspek kulinernya.

4. *Local Food* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata. Makanan lokal yang khas, unik, dan sarat nilai budaya menjadi salah satu daya tarik utama dalam menarik wisatawan ke Bukittinggi. Keberadaan kuliner yang autentik tidak hanya meningkatkan minat kunjungan tetapi juga menjadi alasan utama dalam memilih kota ini sebagai destinasi wisata.

5. *Eating Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata. Pengalaman makan yang menyenangkan, unik, dan bernilai emosional memengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih dan merekomendasikan Bukittinggi sebagai destinasi wisata. Hal ini mencakup kualitas rasa, suasana tempat makan, dan nilai budaya yang ditawarkan dalam makanan tersebut.

6. *Eating Experience* memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap pemilihan destinasi wisata. Gaya hidup yang berorientasi pada pencarian



pengalaman baru secara tidak langsung mendorong pemilihan destinasi melalui peningkatan kualitas *eating experience*. Wisatawan yang memiliki gaya hidup eksploratif akan mengejar pengalaman makan yang unik, yang kemudian memperkuat Keputusan mereka dalam memilih destinasi wisata.

7. *Eating Experience* memediasi pengaruh *local food* terhadap pemilihan destinasi wisata. Makanan lokal yang otentik menciptakan pengalaman makan yang memuaskan, yang pada akhirnya memperkuat niat dan keputusan wisatawan untuk memilih Bukittinggi sebagai tujuan wisata. Mediasi ini menegaskan bahwa daya tarik kuliner local tidak hanya berperan secara langsung, tetapi juga melalui pengalaman makan yang diciptakan.

1.2 Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini memberikan sejumlah implikasi praktis yang sangat penting bagi para pemangku kepentingan di sektor pariwisata, khususnya pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, pengelola destinasi, dan pelaku UMKM kuliner di Kota Bukittinggi. Skor rata-rata yang cenderung rendah pada variabel *lifestyle*, *local food*, dan *eating experience* menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara ekspektasi wisatawan dengan pengalaman aktual yang mereka dapatkan. Implikasi langsung dari hal ini adalah perlunya peningkatan kualitas layanan dan diferensiasi produk wisata. Dalam aspek *lifestyle*, destinasi wisata Bukittinggi perlu menghadirkan lebih banyak kegiatan wisata yang

bersifat eksploratif dan sesuai dengan tren gaya hidup wisatawan muda saat ini, seperti walking tour, wisata fotografi, atau wisata budaya interaktif. Sementara itu, pada aspek *local food*, pelaku usaha perlu memperkuat keunikan dan identitas kuliner lokal melalui inovasi penyajian, cerita budaya di balik makanan (*culinary storytelling*), serta pelibatan komunitas lokal dalam aktivitas promosi. Sedangkan pada aspek *eating experience*, dibutuhkan peningkatan dalam hal kebersihan, kenyamanan tempat makan, transparansi harga, serta interaksi yang menyenangkan antara wisatawan dan penyedia layanan.

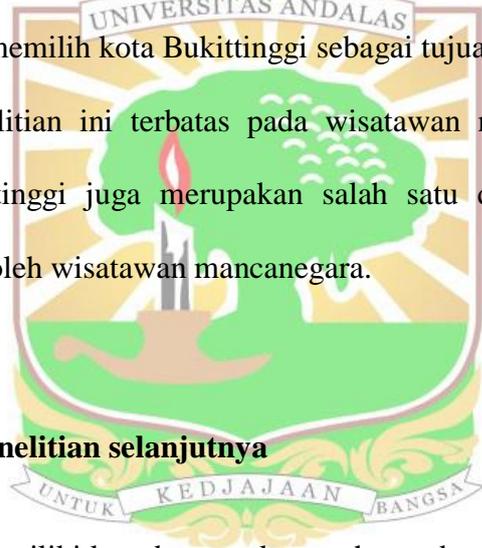
Menyediakan pengalaman kuliner yang otentik dan menyenangkan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga berdampak pada peningkatan loyalitas dan penyebaran promosi dari wisatawan. Implikasi praktis lainnya adalah pentingnya pelatihan berkelanjutan bagi pelaku kuliner lokal dalam hal pelayanan, estetika penyajian, dan pemahaman terhadap tren wisatawan modern. Keseluruhan strategi ini akan membantu meningkatkan daya saing Kota Bukittinggi sebagai destinasi wisata yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkesan dan membekas di hati wisatawan.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kekurangan. Oleh karena itu, keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi perhatian bagi

penelitian dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh melalui kuisisioner online yang diisi oleh responden, sehingga data yang diperoleh terbatas.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya *Lifestyle*, *local food*, dan *eating experience* sehingga tidak dapat mengetahui secara keseluruhan hal-hal yang mempengaruhi minat wisatawan memilih kota Bukittinggi sebagai tujuan destinasi wisata.
3. Fokus penelitian ini terbatas pada wisatawan nusantara, meskipun Kota Bukittinggi juga merupakan salah satu destinasi yang turut dikunjungi oleh wisatawan mancanegara.



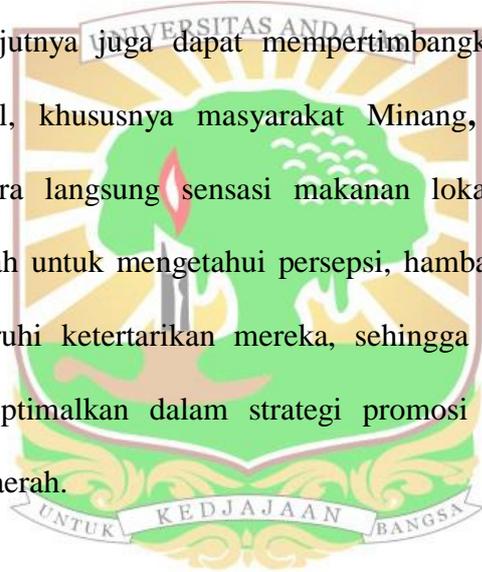
1.4 Saran

1.4.1 Saran untuk penelitian selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada pengaruh *lifestyle* dan *local food* yang dimediasi oleh *eating experience* terhadap pemilihan destinasi wisata. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti social media marketing, service innovation, dan influencer marketing. Penambahan variabel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan. Khususnya, *service innovation* dapat difokuskan pada aspek sensorik dan preferensi

generasi milenial, yang cenderung mencari pengalaman makan yang unik, estetis, dan dapat dibagikan di media sosial.

2. Disarankan untuk melakukan perluasan objek penelitian dengan melibatkan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bukittinggi, guna melihat apakah terdapat perbedaan persepsi terhadap *local food* dan *eating experience* dibandingkan dengan wisatawan domestik. Hal ini penting untuk memberikan sudut pandang lintas budaya dan memperkaya rekomendasi strategis dalam pengembangan destinasi wisata kuliner.
3. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan untuk mengkaji wisatawan lokal, khususnya masyarakat Minang, yang belum pernah merasakan secara langsung sensasi makanan lokal khas Bukittinggi. Tujuannya adalah untuk mengetahui persepsi, hambatan, atau faktor lain yang memengaruhi ketertarikan mereka, sehingga potensi pasar lokal dapat lebih dioptimalkan dalam strategi promosi dan pengembangan wisata kuliner daerah.



1.4.2 Saran untuk pemerintah Kota Bukittinggi

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa gaya hidup (*lifestyle*), makanan lokal (*local food*), dan pengalaman makan (*eating experience*) memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata, maka Pemerintah Kota Bukittinggi disarankan untuk:

1. Pemerintah Kota Bukittinggi perlu memperkuat diferensiasi makanan lokal dibanding daerah lain di Sumatera Barat, baik melalui inovasi

penyajian, branding, maupun pengemasan cerita budaya di balik makanan tersebut agar lebih menonjolkan kekhasan Bukittinggi.

2. Perlu adanya pelatihan atau pendampingan bagi pelaku usaha kuliner dalam menjaga dan menonjolkan cara memasak serta penyajian tradisional, agar dapat menjadi daya tarik yang kuat dan membentuk pengalaman makan yang otentik.
3. Mendorong pengembangan promosi digital yang lebih intensif, terutama kepada segmen usia produktif (26-35 tahun), yang menjadi kelompok dominan dalam kunjungan wisata, dengan menyesuaikan gaya komunikasi yang sesuai dengan gaya hidup mereka.
4. Meningkatkan standar kebersihan dan kenyamanan tempat makan melalui regulasi dan sertifikasi sederhana untuk menjamin higienitas dan meningkatkan kepercayaan wisatawan.

1.4.3 Saran untuk pelaku UMKM

1. Menyesuaikan Produk Kuliner dengan Gaya Hidup Wisatawan, Wisatawan menganggap Kota Bukittinggi sebagai destinasi yang menarik untuk dikunjungi, namun aspek-aspek gaya hidup seperti sejarah dan budaya lokal belum sepenuhnya menjadi daya tarik utama dalam pemilihan makanan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menyajikan produk kuliner yang sesuai dengan tren gaya hidup saat ini, seperti makanan yang praktis, modern, dan menarik secara visual. Menyediakan pilihan menu yang kekinian, sehat, atau bisa dibagikan di media sosial

dapat membantu menjangkau wisatawan muda yang mencari pengalaman kuliner yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

2. Mengangkat Keunikan dan Cerita di Balik Makanan Lokal.

Wisatawan menyukai makanan lokal Bukittinggi yang memiliki cara memasak tradisional, namun belum sepenuhnya menyadari perbedaannya dibandingkan daerah lain. UMKM dapat memanfaatkan hal ini dengan mengangkat cerita di balik makanan khas, seperti teknik memasak dengan tungku, bahan-bahan lokal, atau sejarah kuliner tersebut. Penyampaian cerita ini dapat dilakukan melalui kemasan produk, media sosial, atau langsung saat penyajian, agar pengalaman makan menjadi lebih bermakna dan edukatif.

3. Pelaku UMKM perlu menciptakan pengalaman kuliner yang

menyenangkan dan transparan. Salah satu aspek penting yang disoroti oleh wisatawan adalah kejelasan harga makanan. Oleh karena itu, disarankan agar setiap menu yang disediakan mencantumkan harga secara jelas dan terbuka, baik di buku menu, papan menu, maupun di media sosial atau platform digital. Transparansi harga ini tidak hanya membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga mencerminkan profesionalisme UMKM dalam menyambut wisatawan. Dengan begitu, wisatawan merasa nyaman dan aman dalam menikmati kuliner lokal tanpa rasa khawatir akan harga yang tidak sesuai ekspektasi.