

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian

Kesimpulan ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat kunjungan ulang (*revisit intention*) pada wisatawan di Pantai Padang dan memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi wisata di Pantai Padang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *destination image* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan di Pantai Padang. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain yang lebih berperan dalam memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan. Faktor-faktor seperti kebersihan pantai, pengelolaan fasilitas wisata, konsistensi pelayanan, serta keterlibatan masyarakat lokal dalam memberikan pengalaman yang positif dapat menjadi aspek yang lebih berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, meskipun citra visual Pantai Padang tergolong baik, aspek emosional dan pengalaman nyata wisatawan masih perlu diperkuat agar dapat meningkatkan *revisit intention*.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *memorable tourism experience* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan di Pantai Padang. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain yang lebih berperan dalam memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun wisatawan memiliki pengalaman yang cukup menyenangkan saat berkunjung, pengalaman tersebut belum cukup berkesan untuk mendorong mereka melakukan kunjungan ulang. Dalam konteks Pantai Padang, pengalaman positif yang bersifat umum seperti

relaksasi dan kesenangan belum cukup kuat untuk membentuk ingatan emosional yang mendalam tetapi terungkap bahwa hal yang menyebabkan wisatawan mengunjungi Pantai Padang adalah karena mencari ketenangan di sebagian kalangan. Oleh karena itu, pengelola wisata perlu meningkatkan elemen pengalaman yang lebih personal dan autentik, seperti memperkaya interaksi wisatawan dengan budaya lokal, memperbaiki pelayanan, meninjau kembali terkait kenyamanan berkunjung yang bebas pungutan liar, serta menciptakan aktivitas wisata yang lebih unik agar dapat meningkatkan kesan mendalam dan mendorong niat kunjungan ulang.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *tourist satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* wisatawan di Pantai Padang. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa kepuasan merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk niat kunjungan ulang. Wisatawan yang merasa puas terhadap pengalaman berwisata di suatu destinasi cenderung memiliki keinginan lebih tinggi untuk kembali berkunjung, merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, serta menumbuhkan keterikatan emosional yang positif terhadap tempat wisata yang dikunjungi.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi, pengalaman wisata yang berkesan, dan kepuasan wisatawan berperan penting dalam membentuk niat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Padang. Namun, hasil analisis mengungkapkan bahwa variabel *destination image* dan *memorable tourism experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun wisatawan memiliki persepsi positif dan menikmati kunjungan mereka, kedua faktor tersebut belum cukup kuat untuk mendorong kunjungan ulang. Sebaliknya, variabel *tourist satisfaction* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, yang berarti tingkat kepuasan wisatawan menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas mereka. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, serta pengelolaan daya

tarik wisata menjadi langkah penting untuk mempertahankan dan meningkatkan niat kunjungan ulang wisatawan ke Pantai Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi yang akan dirasakan oleh pihak terkait. Berikut implikasi akademis dan praktis dari penelitian ini, diantaranya:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang manajemen pariwisata dan perilaku konsumen wisata, khususnya dalam konteks *coastal tourism*. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara *destination image*, *memorable tourism experience*, dan *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention*. Penelitian ini juga memberikan pemahaman bahwa citra destinasi dan pengalaman berkesan belum cukup untuk mendorong niat kunjungan ulang tanpa adanya kepuasan wisatawan sebagai faktor penguat. Dengan demikian, studi ini memperluas pemahaman teoretis mengenai loyalitas wisatawan serta dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait pengalaman dan kepuasan wisatawan pada destinasi pantai seperti Pantai Padang.

2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata Pantai Padang, khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, Pemerintah Kota Padang, serta pelaku industri pariwisata lokal seperti pengelola kafe, restoran, penyedia jasa wisata, dan masyarakat sekitar kawasan pantai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan faktor utama yang memengaruhi niat kunjungan ulang, sementara citra destinasi dan pengalaman wisata yang berkesan (MTE) belum sepenuhnya mampu mendorong loyalitas wisatawan. Temuan lain dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa dua indikator dengan rata-rata

terendah berasal dari variabel MTE, yaitu pernyataan “*Warga lokal di Pantai Padang bersikap ramah terhadap wisatawan atau pengunjung*” dan pernyataan “*Saya memiliki kesan baik terhadap warga lokal di sekitar Pantai Padang*”. Rendahnya nilai pada kedua indikator tersebut menandakan bahwa interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal belum optimal dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pelatihan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya sikap ramah, pelayanan yang baik, dan peran mereka dalam membangun citra positif destinasi. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama dan sinergi antar-stakeholder, baik dari pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata, pelaku usaha lokal seperti pengelola kafe, restoran, dan pedagang, maupun masyarakat setempat, untuk menciptakan suasana wisata yang lebih nyaman dan berkesan. Selain itu, penguatan citra destinasi dapat dilakukan melalui promosi dan penyelenggaraan festival atau kegiatan tematik yang menonjolkan keunikan budaya lokal, keindahan pantai, serta karakter masyarakat yang ramah. Kegiatan seperti festival musik pantai, pertunjukan seni tradisional, atau bazar kuliner khas dapat memperkuat kesan emosional wisatawan terhadap Pantai Padang sekaligus meningkatkan keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, strategi yang berorientasi pada peningkatan kepuasan, penguatan interaksi sosial, dan kolaborasi antar-pihak dapat menjadi langkah efektif untuk mendorong niat kunjungan ulang sekaligus membangun citra positif Pantai Padang sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan, di antaranya:

1. Penelitian ini hanya melibatkan wisatawan domestik yang pernah berkunjung ke Pantai Padang dalam enam bulan terakhir. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk wisatawan

mancanegara atau destinasi wisata pantai lainnya yang memiliki karakteristik berbeda.

2. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel independen, yaitu *destination image*, *memorable tourism experience*, dan *tourist satisfaction*, terhadap variabel dependen yaitu *revisit intention*. Masih terdapat kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang juga memengaruhi seperti *service quality*, *perceived value*, pengaruh media sosial dan lainnya namun tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
3. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner, sehingga data yang diperoleh bersifat terbatas dan mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan persepsi subjektif wisatawan secara mendalam. Variabel yang seperti *destination image*, *memorable tourism experience* dan *tourist satisfaction* pada dasarnya lebih kompleks dengan pendekatan kualitatif agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
4. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penentuan karakteristik responden, di mana kriteria yang digunakan belum dirumuskan secara spesifik dan terukur. Akibatnya, terdapat keragaman latar belakang responden yang cukup luas sehingga dapat memengaruhi fokus dan kedalaman analisis. Kurangnya spesifikasi ini juga berpotensi menghasilkan data yang kurang representatif terhadap populasi sasaran. Perbedaan persepsi dan pengalaman antarresponden dapat memengaruhi konsistensi hasil, sehingga interpretasi temuan perlu mempertimbangkan adanya variasi karakteristik yang tidak sepenuhnya terkendali.
5. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan indikator dalam kuesioner memorable tourism experience (MTEs) yang belum sepenuhnya spesifik dan jelas dalam versi terjemahannya. Beberapa istilah atau pernyataan yang berkaitan dengan pengalaman wisata berkesan memiliki makna yang subjektif dan kontekstual, sehingga dalam proses penerjemahan terdapat potensi pergeseran makna

atau interpretasi oleh responden. Kurangnya penyesuaian terhadap konteks budaya dan bahasa lokal dapat menyebabkan responden menafsirkan item kuesioner secara berbeda dari maksud aslinya. Kondisi ini berisiko memengaruhi validitas konstruk serta akurasi data yang diperoleh, terutama dalam pengukuran pengalaman wisata yang bersifat personal dan emosional.

6. Salah satu keterbatasan penelitian ini adalah tidak dikontrolnya kondisi atau suasana responden saat mengisi kuesioner, khususnya pada variabel *memorable tourism experience*, *tourist satisfaction*, dan *destination image*. Karena data dikumpulkan dalam satu waktu tanpa memperhatikan perubahan suasana hati atau konteks pribadi, jawaban responden mungkin dipengaruhi oleh kondisi sesaat, sehingga dapat memengaruhi akurasi persepsi terhadap pengalaman dan kepuasan wisata.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, serta mengacu pada kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi, tidak hanya terbatas pada Pantai Padang, tetapi juga melibatkan destinasi pantai lain di Sumatera Barat atau wilayah pesisir Indonesia lainnya. Langkah ini penting untuk menguji konsistensi model serta memperkuat validitas eksternal dari pengaruh *destination image*, *memorable tourism experience*, dan *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* dalam berbagai konteks wisata pantai. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat membandingkan hasil antara Pantai Padang dengan destinasi serupa guna memahami faktor-faktor yang membedakan tingkat kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan di masing-masing lokasi.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel eksternal, moderasi, maupun mediasi yang berpotensi memengaruhi *revisit intention* wisatawan, seperti *service quality*, *destination attachment*, *perceived value*, atau *word of mouth* (WOM). Penambahan variabel-variabel tersebut dapat memperkaya model teoritis serta meningkatkan kemampuan prediktif penelitian dalam menjelaskan hubungan antara *destination image*, *memorable tourism experience*, dan *tourist satisfaction* terhadap niat kunjungan ulang wisatawan Pantai Padang secara lebih komprehensif dan mendalam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan *mixed methods* (kuantitatif dan kualitatif) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *revisit intention* wisatawan. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau observasi partisipatif dapat membantu menggali secara lebih kontekstual bagaimana wisatawan membentuk persepsi terhadap *destination image*, mengalami *memorable tourism experience*, serta merasakan kepuasan selama berkunjung ke Pantai Padang.

