

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kualitas Interaksi tidak memberikan pengaruh yang positif signifikan pada nilai emosional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara wisatawan dengan penyedia layanan belum mampu menciptakan perasaan positif, seperti rasa senang, nyaman dan keterikatan emosional terhadap *Glamping Swarnabhumi Harau*.

1. Kualitas Interaksi tidak memberikan pengaruh yang positif signifikan pada nilai emosional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Kondisi interaksi yang terjadi antara wisatawan dengan karyawan, pengelola maupun wisatawan lainnya belum mampu membentuk perasaan emosional yang kuat selama berkunjung
2. Kualitas lingkungan fisik tidak memberikan pengaruh yang positif signifikan pada nilai emosional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Kondisi lingkungan fisik seperti desain, suasana dan fasilitas yang tersedia belum cukup kuat untuk membentuk nilai emosional wisatawan.
3. Kualitas hasil memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai emosional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Semakin baik manfaat yang dirasakan wisatawan, seperti kenyamanan, relaksasi dan pengalaman sesuai harapan maka semakin tinggi nilai emosional yang dirasakan.
4. Kualitas akses memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai emosional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Kemudahan akses menuju lokasi,

ketersediaan informasi, serta kemudahan transportasi mampu meningkatkan perasaan positif wisatawan selama berkunjung.

5. Kualitas interaksi tidak memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai fungsional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Pelayanan dan interaksi yang diberikan belum mampu meningkatkan persepsi wisatawan terhadap manfaat praktis yang diperoleh dari destinasi.
6. Kualitas lingkungan fisik tidak memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai fungsional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Lingkungan fisik yang tersedia belum menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi wisatawan mengenai nilai fungsional.
7. Kualitas hasil tidak memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai fungsional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Manfaat yang diperoleh wisatawan belum mampu meningkatkan penilaian terhadap aspek fungsional destinasi secara signifikan.
8. Kualitas akses tidak memberikan pengaruh positif signifikan pada nilai fungsional wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Kemudahan akses menuju destinasi belum menjadi faktor yang menentukan terbentuknya nilai fungsional wisatawan.
9. Nilai emosional memberikan pengaruh positif signifikan pada citra destinasi *Glamping Swarnabhumi Harau*. Semakin tinggi perasaan positif yang dirasakan wisatawan, semakin baik citra *Glamping Swarnabhumi Harau* dikalangan wisatawan.

10. Nilai emosional memberikan pengaruh positif signifikan pada kepuasan pengalaman wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Pengalaman yang mampu menciptakan emosi positif akan meningkatkan kepuasan wisatawan selama berkunjung.
11. Nilai fungsional memberikan pengaruh positif signifikan pada citra destinasi *Glamping Swarnabhumi Harau*. Manfaat praktis yang dirasakan wisatawan, seperti kenyamanan, keamanan, kebersihan dan fasilitas dapat memperkuat citra positif destinasi.
12. Nilai fungsional tidak memberikan pengaruh positif signifikan pada kepuasan pengalaman wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Aspek fungsional yang dirasakan wisatawan belum mampu meningkatkan kepuasan pengalaman secara signifikan.
13. Citra destinasi memberikan pengaruh positif signifikan pada niat berkunjung kembali wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Semakin positif citra *Glamping Swarnabhumi Harau*, semakin besar keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.
14. Kepuasan pengalaman memberikan pengaruh positif signifikan pada niat berkunjung kembali wisatawan *Glamping Swarnabhumi Harau*. Kepuasan pengalaman menjadi faktor yang paling kuat dalam mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi *Glamping Swarnabhumi Harau*.

5.2. Implikasi Penelitian

5.2.1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi pada kualitas pengalaman diantaranya kualitas hasil dan kualitas akses memiliki pengaruh dominan terhadap nilai emosional, sedangkan kualitas interaksi dan kualitas lingkungan fisik tidak memiliki pengaruh yang dominan. Lalu, seluruh dimensi kualitas pengalaman ditemukan tidak memiliki pengaruh dominan terhadap nilai fungsional, kecuali kualitas interaksi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori *Service-Dominant Logic* yang menyatakan bahwa nilai kualitas pengalaman terbentuk karena adanya interaksi antara wisatawan dan penyedia layanan. Selain itu, temuan ini mengindikasikan bahwa nilai fungsional dapat tercipta oleh faktor-faktor lain diluar dari model penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai emosional berpengaruh terhadap citra destinasi dan kepuasan pengalaman. Hal ini menekankan bahwa nilai yang tercipta melalui pengalaman wisatawan akan memengaruhi evaluasi mereka terhadap destinasi dan kepuasan yang dirasakan. Selain itu, nilai fungsional memiliki pengaruh terhadap citra destinasi namun tidak berpengaruh pada kepuasan pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat fungsional yang tinggi cenderung membentuk persepsi positif pada destinasi, sedangkan kepuasan pengalaman kemungkinan lebih banyak dipengaruhi faktor lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengalaman memiliki pengaruh terhadap niat berkunjung kembali hal tersebut merupakan hasil evaluasi wisatawan terhadap kepuasan selama berkunjung. Selain itu, citra destinasi memiliki pengaruh

terhadap niat berkunjung kembali dimana citra destinasi yang positif akan mendorong wisatawan melakukan niat untuk kunjungan kembali.

5.2.2. Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi pengelola bahwa pada dimensi kualitas pengalaman terdapat elemen seperti kualitas hasil dan kualitas akses yang terbukti mampu meningkatkan nilai emosional wisatawan. Namun, Glamping Swarnabhumi Harau perlu meningkatkan kualitas interaksi dan kualitas lingkungan fisik agar meningkatkan nilai emosional dan nilai fungsional wisatawan.

Pengelola glamping perlu mempertahankan penciptaan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan, karena hal tersebut dapat meningkatkan keterikatan emosional bagi wisatawan sehingga menghasilkan citra destinasi dan kepuasan pengalaman yang positif. Meskipun nilai fungsional berpengaruh terhadap citra destinasi namun tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengalaman. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelola tidak hanya meningkatkan fasilitas fisik namun juga memberikan kesan positif yang mendalam.

Glamping Swarnabhumi Harau perlu mempertahankan promosi yang menarik serta fasilitas wisata agar memperkuat daya saing dan loyalitas wisatawan dalam melakukan niat berkunjung kembali sebagai destinasi wisata berbasis alam.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan penelitian di masa depan. Berikut keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Kurangnya keberagaman profil wisatawan yang didominasi wisatawan domestik dan kurangnya wisatawan mancanegara. Sehingga hasil generalisasi hasil penelitian terhadap wisatawan mancanegara masih terbatas.
2. Nilai *R square* citra destinasi, kepuasan pengalaman, nilai fungsional yang dimiliki penelitian ini tergolong lemah, sehingga kemungkinan terdapat faktor variabel lain yang dapat meningkatkan nilai *R square*.
3. Jumlah responden di dominasi oleh perempuan yang diduga berpotensi memengaruhi penilaian terhadap variabel yang diteliti, sehingga persepsi seluruh wisatawan tanpa membedakan jenis kelamin masih memiliki keterbatasan.

5.4.Saran

5.4.1. Bagi Pengelola

Pengelola Glamping Swarnabhumi Harau disarankan untuk lebih memprioritaskan peningkatan kualitas hasil dan kualitas akses, seperti menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, menjaga kenyamanan selama menginap, serta meningkatkan kemudahan akses dan ketersediaan informasi menuju lokasi. Selain itu, pengelola perlu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan melalui pelayanan yang ramah, aktivitas yang menarik, serta suasana alam yang nyaman guna meningkatkan nilai emosional, nilai fungsional, citra destinasi, kepuasan pengalaman, dan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

5.4.2. Bagi Pemerintah

Pemerintah daerah diharapkan dapat mendukung pengembangan wisata glamping melalui peningkatan infrastruktur dan aksesibilitas menuju kawasan wisata, penyediaan sarana pendukung, serta promosi destinasi secara berkelanjutan. Selain itu, pemerintah dapat bekerja sama dengan pengelola dalam menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan daya saing destinasi wisata *Glamping Swarnabhumi Harau* sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian daerah.

5.4.3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada destinasi glamping atau objek wisata lainnya agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti *memorable tourism experience, place attachment, perceived risk, trust, atau electronic word of mouth (e-WOM)*, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan.