

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap Pengaruh *Tourism Product*, *Destination Image*, dan *Word Of Mouth* Terhadap *Visit Decision* ke Obyek Wisata Pantai Air Manis dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *tourism product* berpengaruh signifikan terhadap *visit decision* wisatawan. Responden berpersepsi bahwa *tourism product* merupakan suatu bahan pertimbangan yang menjadi faktor dalam pengambilan *visit decision*. Responden beramsumsi bahwa semakin menarik *tourism product* yang ditawarkan oleh suatu obyek wisata maka semakin tinggi pula daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Hal ini menjadikan variabel *tourism product* berpengaruh terhadap *visit decision* wisatawan.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *Destination Image* tidak berpengaruh terhadap *visit decision* wisatawan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa responden memberikan respon yang mengacu pada pengelola Obyek Wisata Pantai Air Manis, agar lebih memperhatikan kebersihan lingkungan alam yang ada di obyek wisata tersebut, sehingga dimasa yang mendatang pengunjung mengingat Pantai Air Manis sebagai

obyek wisata yang memiliki lingkungan alam yang bersih dan indah untuk dilihat. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pengelola wisata agar meningkatkan kualitas citra wisata dengan menjaga kebersihan lingkungan alam agar dapat mempengaruhi wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung ke obyek wisata Pantai Air Manis.

3. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *visit decision* wisatawan. Responden menjadikan *word of mouth* sebagai bahan pertimbangan utama dalam faktor mengambil keputusan berkunjung. Hal ini disebabkan karena penyampaian informasi yang positif yang diberikan wisatawan yang sudah pernah berkunjung memberikan dampak besar bagi pengunjung yang akan mengambil keputusan berkunjung ke suatu obyek wisata.

5.2 Implikasi Penelitian

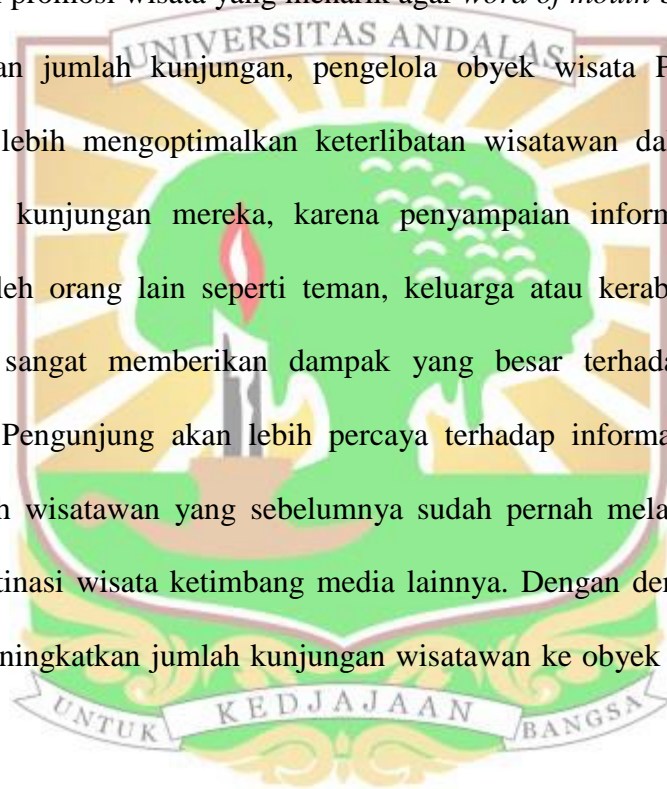
Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variabel *tourism product* dan *word of mouth* terhadap *visit decision* sedangkan variabel *destination image* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *visit decision* wisatawan, sehingga penelitian ini dapat memiliki implikasi penting bagi pengelola obyek wisata Pantai Air Manis.

Variabel *tourism product* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *visit decision*. Artinya semakin tinggi penilaian pada *tourism product* maka semakin tinggi pula keinginan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Dilihat dari

hasil penelitian ini pengelola wisata hendaknya lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk wisata yang ada di Pantai Air Manis dengan menyediakan fasilitas umum yang memadai seperti toilet yang bersih dan nyaman, sarana transportasi yang memadai, sarana petunjuk arah yang dapat dilihat dengan jelas dan pos keamanan yang memadai dan juga mengoptimalkan wahana wisata yang ada seperti permainan motor trail ATV dan permainan tandem paralayang, serta menjaga kebersihan lingkungan alam dan memberikan promosi wisata yang baik agar dapat menarik minat pengunjung dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Pantai Air Manis.

Variabel *destination image* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *visit decision*. Artinya *destination image* dari obyek wisata Pantai Air Manis tidak mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung. Dilihat dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa responden memberikan penilaian yang rendah terhadap kebersihan lingkungan yang ada di Pantai Air Manis, hal ini dapat menjadi pusat perhatian bagi pengelola obyek wisata tersebut agar menjaga kebersihan lingkungan alam dan meningkatkan kualitas *tourism product* yang berkesan agar menciptakan *image* yang baik dan unik dan mendapat pandangan yang baik dari wisatawan. Jika *tourism product* sudah mendapatkan pandangan dan penilaian yang baik dari wisatawan maka *word of mouth* bisa terjadi, sehingga suatu *destination image* yang baik dan unik dapat tercipta di suatu obyek wisata.

Variabel *word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *visit decision*. Artinya penyampaian informasi positif yang diberikan wisatawan yang sudah pernah berkunjung mengenai suatu obyek wisata, mempengaruhi keinginan calon wisatawan baru untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Hasil penelitian ini memberikan masukan agar pengelola obyek wisata Pantai Air Manis agar memberikan promosi wisata yang menarik agar *word of mouth* bisa terjadi. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan, pengelola obyek wisata Pantai Air Manis diharapkan lebih mengoptimalkan keterlibatan wisatawan dalam membagikan pengalaman kunjungan mereka, karena penyampaian informasi positif yang diberikan oleh orang lain seperti teman, keluarga atau kerabat dekat maupun orang lain sangat memberikan dampak yang besar terhadap *visit decision* wisatawan. Pengunjung akan lebih percaya terhadap informasi yang diterima langsung oleh wisatawan yang sebelumnya sudah pernah melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata ketimbang media lainnya. Dengan demikian diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Pantai Air Manis.



5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu diharapkan keterbatasan ini agar lebih diperhatikan oleh peneliti dimasa yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini diantara lain adalah :

1. Penelitian ini hanya fokus untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu *tourism product*, *destination image*, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yaitu *visit decision* sehingga tidak dapat mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi *visit decision*.
2. Penelitian ini hanya fokus untuk obyek wisata Pantai Air Manis.
3. Penelitian ini dilakukan dengan jangka waktu penelitian yang relatif singkat sehingga menyebabkan hasil penelitian mungkin hanya bersifat situasional.

5.4 Saran

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel atau pengaruh lain yang mempengaruhi *visit decision* selain dari *tourism product*, *destination image*, dan *word of mouth* seperti *location*, *promotion*, *motivation*, *price*, daya tarik wisata dan variabel lainnya.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel penelitian lebih banyak agar data yang didapatkan lebih akurat dan dapat digeneralisir.
3. Diharapkan bagi pihak pengelola obyek wisata Pantai Air Manis agar meningkatkan kualitas dari produk wisata yang ada, sehingga dapat membentuk suatu citra destinasi yang baik dimata wisatawan agar dapat menjadi daya tarik wisatawan dalam berkunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Pantai Air Manis kedepannya.
4. Diharapkan bagi pemerintah khususnya Pemerintah Daerah (Pemda) bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang untuk

meningkatkan pariwisatanya dan harus terbuka terhadap masukan dari para pengunjung dengan membuka layanan *customer service*, *live chat* dan mendirikan kotak saran di beberapa titik tertentu. Sehingga diharapkan mampu meningkatkan angka jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya.

5. Diharapkan juga bagi Pemerintah Daerah (Pemda) yang berkerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang melakukan sebuah program untuk lebih dekat dengan para wisatawan yang berkunjung melalui pihak-pihak pengelola obyek wisata. Program itu dapat berupa pertunjukan seni seperti randai, pencak silat dan *game show* seperti tarik tambang, pacu karung dan lain sebagainya untuk memahami keinginan dari wisatawan dan memperlakukan wisatawan dengan baik. Diharapkan dengan adanya pertunjukan tersebut dapat menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke obyek wisata Pantai Air Manis.

