

BAB IV

PENUTUP

Di bagian ini akan disampaikan yaitu kesimpulan penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian. Kesimpulan penelitian menyampaikan signifikansi hasil pertanyaan-pertanyaan dan interpretasi dalam penelitian, termasuk hipotesis penelitian. Kemudian bagian saran disampaikan rekomendasi atau masukan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian.

1. SIGNIFIKASI PENELITIAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan mendasar yaitu dijelaskan sebagai berikut.

1.1. Intervensi *tourist satisfaction* dan *electronic WOM* terhadap hubungan *quality* dengan *revisit intention*

Hubungan langsung antara *quality* terhadap *revisit intention* dalam penelitian ini tidak dapat dibuktikan secara empirik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan kualitas sebagai pesan persuasi tidak mampu memunculkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Dengan kata lain, kualitas yang diobservasi tidak mampu mempengaruhi perilaku wisatawan yang digambarkan dengan minat berkunjung kembali setelah melakukan kunjungan. Bersamaan dengan itu terdapat dua variabel penting yang mampu menekan munculnya minat untuk kunjung kembali yaitu kepuasan wisatawan dan aktivitas WOM elektronik.

Kepuasan wisatawan secara empirik mampu mengintervensi dengan menekan hubungan kualitas dengan minat kunjung kembali. Melalui kepuasan wisatawan, hubungan kualitas sebagai pesan dengan minat kunjung kembali menjadi nampak atau terlihat. Hal ini berarti membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas yang dirasakan akan mempengaruhi tingginya minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Berdasarkan hasil tersebut, kepuasan wisatawan menjadi pertimbangan penting untuk memunculkan perilaku di masa mendatang. Oleh karena itu memberikan kualitas dengan maksimal untuk memenuhi kepuasan dan ekspektasi wisatawan menjadi penting untuk dilakukan.

Kaidah keputusan sederhana dapat digunakan dalam fungsi intervensi kepuasan. Jika kualitas yang dirasakan berhasil memenuhi kepuasan wisatawan maka kecenderungan untuk berkunjung kembali akan tinggi. Hal ini menunjukkan bagaimana pencarian atribusi secara internal terjadi. Kepuasan wisatawan merujuk pada bagaimana perasaan wisatawan setelah menerima pesan kualitas secara individu. Atribusi internal dapat terjadi melalui pengukuran kepuasan wisatawan saat berkunjung tanpa mempertimbangkan faktor-faktor yang mungkin dapat muncul dari luar dirinya. Oleh karena itu, memenuhi kepuasan wisatawan secara personal mampu menjadi alasan penting bagi wisatawan dalam mengatribusi sebab perilaku mereka di masa mendatang.

Aktivitas WOM elektronik secara empirik mampu menekan dan mengintervensi hubungan kualitas dengan minat kunjung kembali. Hubungan kualitas sebagai pesan dengan minat kunjung kembali menjadi nampak atau terlihat setelah mendapatkan tekanan dari WOM elektronik. Hal ini membuktikan bahwa

aktivitas WOM elektronik mampu menekan kualitas dalam memunculkan minat untuk berkunjung kembali. Berdasarkan hasil tersebut, aktivitas WOM elektronik berperan penting dalam mempengaruhi perilaku wisatawan di masa mendatang. Oleh karena itu menciptakan diskusi elektronik yang bersifat positif di media dalam jaringan menjadi penting untuk diwujudkan karena nantinya akan memberikan keuntungan pada pengelola.

Aktivitas WOM elektronik yang tinggi dapat mempengaruhi perilaku wisatawan. Ragam informasi yang disajikan di media dalam jaringan memungkinkan wisatawan untuk memilih informasi mana yang menurut mereka tepat dan dapat dijadikan rujukan. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk mencari atribusi sebab secara eksternal. Ekspresi wisatawan lain terhadap destinasi, kepercayaan terhadap informasi yang beredar, kemudahan penggunaan platform, dan keuntungan sosial yang didapatkan melalui aktivitas WOM elektronik menjadi faktor penting dalam aktivitas WOM elektronik. Oleh karena itu kesan positif atau informasi positif di media dalam jaringan tentang destinasi memainkan peran penting untuk mempengaruhi perilaku wisatawan di masa mendatang dan hal ini dapat dijadikan pijakan bagi individu untuk memahami perilaku mereka melalui pencarian atribusi eksternal.

1.2. Rendahnya proses mental untuk membentuk minat kunjung kembali

Penggunaan rute periferal yang digambarkan dengan hubungan langsung antara *quality* terhadap *revisit intention* terbukti tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan kualitas sebagai pesan persuasi tidak mampu memunculkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hal ini berbeda dengan penggunaan

rute periferal melalui *tourist satisfaction* sebagai mediator. Melalui kepuasan, persepsi kualitas sebagai pesan terbukti mampu mempengaruhi sikap wisatawan dengan memberikan pengaruh mediasi secara penuh. Hal tersebut berarti semakin tinggi kualitas yang dirasakan akan berbanding lurus dengan tingginya kepuasan dan tingginya minat untuk berkunjung kembali.

Meskipun sama-sama menggunakan proses mental yang rendah, perbedaan dua model tersebut membuktikan bahwa wisatawan yang mempunyai tujuan berkunjung yang jelas (berupa motif dan ketertarikan terhadap wisata prasejarah) dengan wisatawan yang sekedar berjalan-jalan mempunyai penerimaan berbeda. Wisatawan yang mempunyai tujuan jelas yang digambarkan melalui konfirmasi kepuasan mampu memunculkan minat untuk berkunjung kembali, sedangkan wisatawan yang sekedar berkunjung belum tentu mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali. Hal ini bergantung pada *favorable heuristic* yang muncul di tiap wisatawan.

Penggunaan kaidah keputusan sederhana dapat dikonfirmasi melalui mediasi *tourist satisfaction* yang menggambarkan sikap terhadap destinasi. Jika kualitas yang dirasakan berhasil memenuhi kepuasan wisatawan maka kecenderungan untuk berkunjung kembali akan tinggi. Hal tersebut sesuai dengan analogi jika wisatawan puas maka mereka akan berkunjung kembali.

1.3. Tingginya proses mental untuk membentuk minat kunjung kembali

Wisatawan yang mempunyai proses mental tinggi akan menggunakan rute sentral atau melakukan elaborasi pesan. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas yang

dirasakan melalui aktivitas WOM elektronik berperan penting untuk membentuk minat untuk berkunjung kembali. Model yang dikembangkan dalam penggunaan rute sentral yaitu kualitas yang dirasakan mempengaruhi minat kunjung kembali dipengaruhi oleh aktivitas WOM elektronik. Kegiatan WOM elektronik yang dimaksudkan adalah pencarian informasi tentang destinasi yang ditujukan sebagai bekal motivasi untuk mengelaborasi pesan.

Penggunaan rute sentral membutuhkan motivasi yang tinggi. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki akan sejalan dengan kritisnya kegiatan elaborasi. Dengan kata lain, penggunaan rute sentral dapat dipastikan menggunakan aktivitas WOM elektronik. Kualitas berpengaruh terhadap informasi yang dibagikan wisatawan lain di media dalam jaringan berdasarkan pengalaman mereka ketika berkunjung. Muatan informasi tersebut kemudian dapat dijadikan sumber informasi atau dalam penelitian ini motivasi untuk mengelaborasi pesan.

Hasil akhir penggunaan rute sentral juga memperlihatkan bahwa kualitas yang dirasakan mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali secara penuh melalui mediasi *electronic WOM* (H_7 signifikan). Hal tersebut membuktikan bahwa memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan ditunjang dengan informasi yang baik di media dalam jaringan mampu membentuk minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Dengan kata lain, kualitas dapat mempengaruhi aktivitas WOM elektronik dan secara bersamaan mampu mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

1.4. Pentingnya memenuhi kepuasan personal dan membentuk diskusi positif di media dalam jaringan

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepuasan wisatawan maupun aktivitas WOM elektronik mampu menekan hubungan kualitas dalam mempengaruhi minat kunjung kembali. Kepuasan wisatawan secara personal berperan penting untuk memunculkan minat kunjung kembali karena kepuasan dapat menjadi pijakan atribusi sebab secara internal. Oleh karena itu memberikan pelayanan prima yang ditujukan secara khusus secara personal menjadi keharusan. Sedangkan aktivitas WOM elektronik dapat mempengaruhi perilaku wisatawan di masa mendatang. Informasi yang beredar di media dalam jaringan dapat dijadikan sumber referensi wisatawan dalam proses atribusi eksternal. Oleh karena itu dalam memunculkan minat kunjung kembali perlu didukung dengan informasi-informasi positif. Semakin banyak informasi positif yang beredar dapat dijadikan alasan bagaimana wisatawan memahami perilaku mereka di masa mendatang.

2. SARAN

Berdasarkan hasil dan temuan penelitian berikut adalah beberapa saran yang diberikan peneliti dari segi akademik untuk khazanah pengembangan ilmu pengetahuan dan segi praktis sebagai masukan bagi pengelolaan Museum Sangiran.

2.1. Saran Akademik

Teori kemungkinan elaborasi yang mempunyai batasan pada analisis menuju sikap namun dalam penelitian ini mencoba penggunaan proses mental yang berujung pada perilaku. Secara teoritik hal ini dapat dikembangkan dan disesuaikan dengan beberapa konteks khusus untuk mempelajarinya. Oleh karena itu disarankan untuk

melakukan penelitian lebih lanjut dengan teori *behavior* lain yang lebih relevan untuk memperlihatkan perubahan sikap karena kenyataannya teori atau model kemungkinan elaborasi tidak mampu memperlihatkan secara detail bagaimana perilaku wisatawan yang dihasilkan dari tiap rute yang digunakan. Oleh karena itu peneliti perlu berhati-hati untuk menentukan bagaimana konsep teori, variabel, dan indikator jika hendak melakukan penelitian yang sama.

Pengembangan penelitian juga dapat dilakukan dengan memilah antara wisatawan yang sedang melakukan kunjungan pertama dengan wisatawan yang melakukan kunjungan lanjut. Hal ini dimaksudkan untuk menggambarkan dengan jelas bagaimana kualitas mempengaruhi minat kunjung kembali pada wisatawan yang sedang melakukan kunjungan pertama dan menggambarkan secara utuh bagaimana pesan persuasi dapat memunculkan tindakan untuk berkunjung kembali ke Museum Sangiran.

2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas dapat mempengaruhi minat kunjung kembali wisatawan melalui intervensi *tourist satisfaction* dan *electronic WOM*. Kedua variabel tersebut terbukti mampu menekan atau memberikan efek supresi pada kualitas dalam mempengaruhi minat kunjung kembali. Atas hasil tersebut maka disarankan kepada pengelola Museum Sangiran untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan menjadi faktor penting untuk memunculkan minat dan menarik wisatawan untuk berkunjung maupun berkunjung kembali. Memberikan pelayanan terbaik juga tidak hanya memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan semata, namun memberikan *extra service* juga perlu dilakukan.

Harapannya, pelayanan lebih mampu menjadi dorongan lain bagi wisatawan untuk berkunjung.

Penggunaan media elektronik sebagai media promosi juga perlu ditingkatkan. Melalui penelitian ini, memunculkan informasi positif tentang Museum Sangiran harus diupayakan. Media dalam jaringan mampu menjangkau khalayak secara luas daripada media promosi konvensional. Berbagai penelitian juga memperlihatkan efek dari aktivitas WOM elektronik sangat memungkinkan untuk mempengaruhi minat wisatawan. Harapannya, semakin banyak informasi yang beredar akan berbanding lurus dengan banyaknya wisatawan yang berminat untuk berkunjung, sehingga kemungkinan Museum Sangiran untuk dikunjungi menjadi lebih besar, dengan kata lain pengelola akan lebih diuntungkan.