

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data hasil penelitian mengenai pengaruh *destination image*, *tourism attributes*, dan *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention*, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *destination image* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada Taman Safari Bogor dengan nilai 0,223 positif, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.
2. Variabel *tourism attributes* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada Taman Safari Bogor dengan nilai 0,190 positif, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.
3. Variabel *memorable tourism experience* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* pada Taman Safari Bogor dengan nilai 0,052 positif, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

B. Implikasi

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis maka dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian berpengaruh terhadap *revisit intention*, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diperbaiki, yaitu:

1. Variabel *Destination Image* (X_1)

Variabel *destination image* memiliki dua indikator yaitu, *cognitive image* dan *affective image*. Dari dua indikator tersebut terdapat aspek yang dapat

ditingkatkan lagi. Pada indikator *cognitive image*, Taman Safari Bogor dapat meningkatkan kualitas sumber daya dan daya tarik Taman Safari Bogor itu sendiri. Seperti kualitas infrastruktur dan satwa-satwa yang dimiliki. Pada indikator *affective image*, Taman Safari Bogor dapat meningkatkan nilai-nilai yang diberikan oleh wisatawan ke Taman Safari Bogor berdasarkan motivasi yang diterima oleh wisatawan itu sendiri. Seperti meningkatkan pandangan wisatawan bahwa Taman Safari Bogor merupakan destinasi yang sangat nyaman untuk dikunjungi.

2. Variabel *Tourism Attributes* (X_2)

Variabel *tourism attributes* memiliki lima indikator yaitu, *attraction*, *easy to reach*, *price*, *accomodation* dan *souvenirs*. Dari lima indikator tersebut terdapat aspek yang dapat ditingkatkan lagi. Pada indikator *attraction* Taman Safari Bogor dapat menyediakan atraksi hewan yang mempunyai nilai edukasi yang tinggi. Pada indikator *easy to reach* Taman Safari Bogor dapat mempermudah wisatawan untuk menemukan lokasi Taman Safari Bogor. Pada indikator *accomodation* Taman Safari Bogor dapat menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk memenuhi segala kegiatan wisata mereka. Pada indikator *price* Taman Safari Bogor dapat memberikan harga yang sebanding dengan apa yang dirasakan wisatawan selama berkunjung di Taman Safari Bogor. Pada *souvenirs* Taman Safari Bogor dapat memberikan buah tangan kepada wisatawan agar dapat diingat kemudian hari.

3. Variabel *Memorable Tourism Experience* (X_3)

Variabel *memorable tourism experience* memiliki tujuh indikator yaitu, *hedonism*, *novelty*, *local culture*, *refreshment*, *meaningfulness*, *involvement*

dan *knowledge*. Dari tujuh indikator tersebut terdapat aspek yang dapat ditingkatkan lagi. Pada indikator *hedonism* Taman Safari Bogor dapat memberikan anggapan kepada wisatawan bahwa di Taman Safari Bogor wisatawan dapat merasakan kesenangan dan kenikmatan materi di dalamnya. Pada *novelty* Taman Safari Bogor dapat membuat kebaruan-kebaruan terdapat hiburan yang ada didalamnya sehingga wisatawan dapat merasakan hal yang berbeda dari kunjungan sebelumnya. Pada indikator *local culture* Taman Safari Bogor dapat mempertahankan budaya yang lokal yang ada disekitarnya sehingga wisatawan juga dapat merasakan budaya kental yang ada disekitar Taman Safari Bogor. Pada indikator *refreshment* Taman Safari Bogor diharapkan mampu untuk membuat wisatawan yang datang dapat merasa *fresh* dan juga dapat menghilangkan penat. Pada indikator *meaningfulness* Taman Safari Bogor dapat membuat wisatawan yang berkunjung mempunyai sesuatu yang tidak terlupakan selama mengunjungi Taman Safari Bogor. Pada indikator *involvement* pegawai Taman Safari Bogor dapat turut aktif mengajak wisatawan agar lebih dekat dengan satwa sehingga wisatawan juga merasa turut andil dalam edukasi tentang satwa-satwa yang dilestarikan. Pada indikator *knowledge* Taman Safari Bogor dapat memberikan edukasi yang cukup tentang satwa-satwa yang ada di Taman Safari Bogor.

4. Variabel *Revisit Intention* (Y)

Variabel *revisit intention* memiliki dua indikator yaitu, kemungkinan mengunjungi kembali dan mengunjungi kembali dalam waktu dekat, dari dua indikator tersebut terdapat aspek yang dapat ditingkatkan lagi. Pada indikator kemungkinan mengunjungi kembali adalah membuat wisatawan yang sudah

pernah mengunjungi Taman Safari Bogor merasa perlu untuk mengunjungi kembali suatu saat nanti. Pada indikator mengunjungi kembali dalam waktu dekat Taman Safari Bogor dapat membuat wisatawan merasa ingin mengunjungi kembali Taman Safari Bogor dalam waktu yang dekat.

C. Saran

1. Saran Praktis

a. Destination Image (X₁)

Dalam meningkatkan citra positif masyarakat akan Taman Safari Bogor pihak manajemen diharapkan mampu meningkatkan kualitas infrastruktur yang dimiliki dengan mengganti fasilitas-fasilitas yang telah termakan usia dengan yang baru seperti *caravan*, toilet, tempat ibadah, dan wahana taman bermain yang tersedia, sehingga para wisatawan yang mengunjungi Taman Safari Bogor memiliki pandangan bahwa Taman Safari Bogor merupakan tempat yang nyaman untuk dikunjungi. Selain itu, pihak Taman Safari Bogor juga harus meningkatkan kualitas satwa-satwa yang dimiliki, dengan memastikan bahwa setiap satwa mendapatkan cukup asupan makanan setiap harinya dan menambah koleksi satwa yang ada, sehingga masyarakat dapat melihat bahwa Taman Safari Bogor merupakan tempat konservasi satwa yang baik di Indonesia.

b. Tourism Attributes (X₂)

Dalam variabel ini, pihak Taman Safari Bogor dapat meningkatkan nilai-nilai edukasi dalam setiap pertunjukannya dengan lebih sering melibatkan wisatawan untuk ikut berperan aktif dalam atraksi yang disuguhkan oleh Taman Safari Bogor, sehingga wisatawan dapat secara

langsung merasakan nilai-nilai edukasi yang disampaikan. Selanjutnya, Taman Safari Bogor dapat melakukan inovasi baru dengan menawarkan kemudahan kepada wisatawan yaitu pelayanan bus yang terintegrasi dengan stasiun atau halte transportasi umum terdekat menuju Taman Safari Bogor. Selain itu, Taman Safari Bogor dapat memberikan penawaran potongan harga dengan ketentuan-ketentuan tertentu, seperti potongan harga tiket masuk bagi pelajar yang menunjukkan kartu pelajarinya dan juga potongan harga bagi wisatawan yang datang ke Taman Safari Bogor secara berkelompok. Taman Safari Bogor juga harus menyediakan lebih banyak penginapan bagi wisatawan yang ingin bermalam, dan menyediakan lebih banyak toilet juga tempat ibadah agar memudahkan wisatawan yang ingin menggunakan fasilitas tersebut. Dan terakhir, Taman Safari Bogor dapat menambah tempat penjualan cinderamata agar memudahkan wisatawan yang ingin membelinya, dan juga menambah koleksi cinderamata yang ditawarkan sehingga wisatawan memiliki banyak pilihan. Hal ini mampu minat masyarakat untuk kembali berkunjung ke Taman Safari Bogor.

c. Memorable Tourism Experience (X₃)

Dalam variabel ini, Taman Safari Bogor harus meningkatkan nilai lebih dan manfaat dalam hal edukasi dan konservasi satwa dibandingkan dengan kebun binatang lain, karena ketika suatu produk tidak memberikan nilai lebih dan manfaat yang besar pada produknya, konsumen akan lebih mudah membandingkan dengan produk sejenis dan akan lebih memilih produk yang memberikan nilai tambah dalam produknya, hal ini berarti Taman Safari Bogor harus lebih meningkatkan kualitas pada layanan *safari track*,

karena hal inilah yang membedakan Taman Safari Bogor dengan kebun binatang lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbaiki dan memperluas jalur *safari track* yang ada, sehingga dapat menghindari antrian kendaraan, mengingat sering terjadinya kemacetan di *safari track* pada saat musim liburan dikarenakan meningkatnya wisatawan yang mengunjungi Taman Safari Bogor.

c. Revisit Intention (Y)

Dalam hal ini, diharapkan Taman Safari Bogor dapat memberikan pengalaman yang berkesan kepada para wisatawan dalam melakukan *safari track*, melihat pertunjukan satwa, menikmati beragam wahana permainan, dan pengalaman bermalam di penginapan Taman Safari Bogor sehingga memungkinkan wisatawan memiliki niat berkunjung kembali dan akan mengunjungi kembali Taman Safari Bogor dalam waktu dekat.

2. Saran Teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian dapat dikembangkan lagi dengan meneliti menggunakan jumlah responden serta model penelitian yang berbeda, sehingga akan memberikan wawasan baru dan lebih luas.
2. Menambahkan lebih banyak referensi penelitian relevan yang sejenis agar hasil penelitian lebih akurat dan mampu dipertanggung jawabkan, seperti dengan menggunakan objek yang berbeda, tetapi dengan variabel yang sama.

3. Menggunakan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi niat kunjungan kembali yang lebih beragam, seperti variabel promosi atau iklan untuk memperkaya variabel penelitian.