

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagaimana berikut ini:

1. Kepribadian destinasi pariwisata berpengaruh positif terhadap pengalaman pariwisata yang memorabel. Destinasi dengan kepribadian yang kuat dan positif dapat menciptakan pengalaman yang unik dan otentik bagi wisatawan. Destinasi seperti itu dapat dianggap lebih atraktif, menarik, dan berkesan dibandingkan dengan destinasi yang tidak memiliki kepribadian yang khas
2. Pengalaman pariwisata yang memorabel berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali. Saat wisatawan memiliki pengalaman pariwisata yang memorable, mereka cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa depan. Pengalaman pariwisata yang memorabel dapat mencakup berbagai hal, seperti pengalaman yang unik dan menarik, lingkungan yang menarik, makanan dan budaya lokal yang luar biasa, interaksi dengan penduduk lokal, atau pelayanan yang sangat baik dari industri pariwisata.
3. Kepribadian destinasi pariwisata berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali. Kepribadian destinasi pariwisata memainkan peran penting dalam *value creation*. Apabila pariwisata memahami latar belakang pengunjungnya dan mengorientasikan pembangunan pariwisata terhadapnya maka besar kemungkinan pengunjung akan kembali lagi.

4. *Pentagon identity* memoderasi hubungan Pengalaman pariwisata yang memorable dan minat kunjungan kembali. Identitas pentagon pariwisata mencakup lima dimensi yaitu *governance*, *culture and heritage*, *HR/people*, *environment*, dan *business orientation*. Masing-masing dimensi tersebut dapat memperkuat faktor-faktor pengalaman pariwisata yang memorabel yang berkontribusi dalam meningkatkan minat kunjungan kembali seperti *novelty*, *experience-scape*, *experience co-creation*, *experience intensification*, dan *satisfaction*.
5. *Pentagon identity* memoderasi hubungan kepribadian destinasi pariwisata dan minat kunjungan kembali. Identitas pentagon pariwisata yang meliputi *governance*, *culture and heritage*, *HR/people*, *environment*, dan *business orientation* dapat memperkuat kepribadian destinasi pariwisata yang terdiri dari *sincerity*, *excitement*, *competence*, *sophistication*, dan *ruggedness* dalam meningkatkan minat kunjungan kembali.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut ini:

1. Kepribadian destinasi pariwisata harus ditingkatkan, destinasi pariwisata perlu memperkuat kepribadiannya yang khas dan positif. Destinasi pariwisata dapat memperkenalkan karakteristik unik dan otentik yang berbeda dari destinasi lain. Maka dari itu, pengelola dapat mengembangkan festival lokal atau menampilkan produk makanan dan budaya khas daerah tersebut.
2. Industri pariwisata perlu berfokus pada menciptakan pengalaman pariwisata yang unik dan menarik untuk meningkatkan minat kunjungan kembali. Maka

dari itu, pengelola dapat memperhatikan faktor-faktor yang meningkatkan pengalaman pariwisata yang memorabel seperti interaksi dengan penduduk lokal atau pelayanan yang baik, industri pariwisata dapat meningkatkan kemungkinan pengunjung untuk kembali ke destinasi tersebut.

3. Destinasi pariwisata perlu memahami kebutuhan dan preferensi pengunjung mereka dan mengorientasikan pembangunan pariwisata terhadap itu. Hal ini dapat meningkatkan minat kunjungan kembali pengunjung karena destinasi pariwisata dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka.
4. Industri pariwisata dapat memperkuat faktor-faktor pengalaman pariwisata yang memorable dengan memperkuat lima dimensi identitas pentagon pariwisata, yaitu *governance, culture and heritage, HR/people, environment,* dan *business orientation*. Melalui faktor-faktor ini, pengelola dapat meningkatkan pengalaman pariwisata yang memorable dan minat kunjungan kembali.
5. Destinasi pariwisata dapat memperkuat kepribadian mereka dengan memperkuat lima dimensi identitas pentagon pariwisata, yaitu *governance, culture and heritage, HR/people, environment,* dan *business orientation*. Memperkuat kepribadian destinasi pariwisata dapat meningkatkan minat kunjungan kembali dan memperkuat daya tarik destinasi tersebut.

5.3 Keterbatasan Dan Saran Penelitian

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik melalui studi dan analisa yang ada. Namun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dapat

menyebabkan adanya bias dan kurang tajamnya pengamatan serta pembahasan penelitian. Keterbatasan penelitian ini meliputi sebagaimana berikut ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di area wisata pangandaran saja, sehingga hasilnya tidak dapat dijadikan generalisasi untuk destinasi pariwisata di wilayah lainnya.
2. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari satu negara, sehingga hasilnya mungkin tidak berlaku untuk wisatawan dari negara lain dengan budaya dan karakteristik yang berbeda.
3. Variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali, seperti faktor ekonomi dan situasi politik, tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Saran untuk penelitian yang akan datang adalah peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian serupa di destinasi pariwisata yang berbeda untuk memperluas generalisasi hasil. Perlunya menggali lebih jauh perbedaan dalam minat kunjungan kembali antara wisatawan dari berbagai negara atau budaya. Peneliti yang akan datang dapat melibatkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali, seperti faktor ekonomi dan situasi politik. Lebih jauh dapat mempertimbangkan faktor lain selain kepribadian destinasi pariwisata yang dapat mempengaruhi Pengalaman pariwisata yang memorable dan minat kunjungan kembali, seperti faktor personal dan pengalaman sebelumnya.