

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Online review berpengaruh positif terhadap kepercayaan destinasi
- b. Citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan destinasi
- c. Citra destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung
- d. Kepercayaan destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung
- e. Online review tidak memiliki pengaruh terhadap niat berkunjung melalui kepercayaan destinasi
- f. Citra destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung melalui kepercayaan destinasi

B. IMPLIKASI

1. IMPLIKASI TEORITIS

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat maupun solusi bagi pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian yang di peroleh, dimaksudkan untuk menambah literature, pengetahuan, dan wawasan yang berkaitan dengan pemasaran mengenai destinasi wisata pedesaan. Penelitian ini dilakukan dengan mendaptasi teori *stimulus-organism-response* dimana teori tersebut menyatakan

bahwa stimulus eksternal dapat mempengaruhi suasana hati atau perasaan individu yang mengakibatkan respons perilaku dan penelitian ini berhasil membuktikan siakp terhadap citra destinasi dapat mempengaruhi niat berkunjung wisatawan yang di mediasi oleh kepercayaan destinasi. Beberapa implikasi teoritis lainnya yaitu :

- a. Hasil penelitian menverifikasi bahwa penggunaan teori SOR untuk menganalisis pengaruh online review dan citra destinasi yang di mediasi oleh kepercayaan destinasi terhadap niat berkunjung wisatawan akan destinasi wisata pedesaan tepat secara parsial karena kepercayaan destinasi gagal menjadi mediasi akan online review terhadap niat berkunjung wisatawan. Kemungkinan hal ini terjadi karena subjek yang diteliti dan adanya persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata pedesaan dapat berbeda, sehingga pada penelitian berikutnya di harapkan untuk mengkaji ulang pola perilaku wisatawan terhadap destinasi wisata pedesaan.
- b. Hasil penelitian ini memverifikasi dalam mengembangkan beberapa penelitian terdahulu dengan menggunakan teori SOR dengan menggabungkan kedua rangka penelitian yang belum pernah diuji sebelumnya dalam satu kerangka penelitian.

2. IMPLIKASI MANAGERIAL

Berdasarkan simpulan diatas, penelitian ini mempunyai implikasi manajerial dimana hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola wisata pedesaan maupun wisatawan. Pengelola wisata dapat menggunakan

penelitian ini sebagai rekomendasi guna menarik lebih banyak wisatawan melalui online review dan citra destinasi. Kemudian, wisatawan juga dapat menggunakan penelitian ini sebagai rekomendasi dalam memilih destinasi wisata yang tepat dengan memperhatikan online review, citra, dan kepercayaan destinasi tersebut. Rekomendasi tersebut yaitu:

a. Beberapa rekomendasi dapat di rumuskan dari simpulan diatas guna meningkatkan kepercayaan akan destinasi yang diakibatkan oleh online review. Rekomendasi – rekomendasi tersebut yaitu :

1. Berikan pendetailan informasi yang akurat dan lengkap. Pastikan informasi online dan offline destinasi wisata pedesaan sudah lengkap, terkini, dan akurat. Informasi ini mengenai atraksi, aktivitas, layanan, lokasi atau alamat lengkap dan alternatif transportasi untuk destinasi harus tersedia bagi calon pengunjung. Dengan menunjukkan dedikasi destinasi untuk menawarkan informasi yang akurat dan dapat diandalkan, komunikasi yang jelas dan transparan dapat meningkatkan citra yang baik bagi calon wisatawan akan kepercayaan destinasi wisata pedesaan yang ingin dikunjungi.
2. Visual posting. Pengelola wisata dapat meningkatkan kepercayaan dengan melakukan posting pada media sosial yang di sertakan dengan gambar atau video terkini lokasi wisata secara rutin. Hal tersebut harus terus dilakukan karena calon wisatawan lebih memperhatikan post yang di buat terbaru di banding yang lama.

3. *Consistent Posting*. Pengelola destinasi wisata harus terus menerus mempost kegiatan mereka ataupun atraksi, kegiatan wisatawan, hingga kuliner yang ada dalam wisata pedesaan. Hal ini harus diupayakan guna menambah *engagement* calon wisatawan yang sedang mencari lokasi wisata. Posting secara konsisten juga mendorong algoritma social media dan menggait lebih banyak calon wisatawan yang sedang destinasi wisata berlibur mereka.
- b. Beberapa rekomendasi dapat dirumuskan dari simpulan diatas guna meningkatkan kepercayaan destinasi yang timbul akibat citra destinasi.

Rekomendasi – rekomendasi tersebut yakni sebagai berikut

1. Tingkatkan kepuasan pengalaman pengunjung dengan fasilitas dan atraksi penunjang yang baik. Soroti dan pasarkan fitur unik destinasi wisata pedesaan. Perkuat daya tarik calon pengunjung dengan memperhatikan pada kebiasaan, budaya, atraksi, kuliner, dan pengalaman lokal yang khas di destinasi wisata tersebut. Untuk destinasi wisata pedesaan bertema budaya, memberikan rasa keaslian dan perendaman budaya, dorong hubungan antara pengunjung dan penduduk setempat agar menciptakan citra yang baik. Adakan acara budaya, tamasya yang dipimpin komunitas, atau kolaborasi dengan pengrajin daerah, petani, atau operator tur. Dengan terciptanya citra yang baik, maka akan meningkatkan persepsi keaslian dan memupuk kepercayaan akan destinasi

pedesaan di antara calon pengunjung dengan menunjukkan keunikan destinasi wisata pedesaan.

2. Bangun citra baik dalam dunia online dan interaksi online. Memberikan peluang bagi wisatawan potensial untuk terlibat dan berinteraksi secara online. Tangani setiap keluhan atau pertanyaan yang diajukan dalam posting dan tanggapan secara tepat dan profesional. Dorong diskusi dan partisipasi di situs media sosial sehingga calon pengunjung dapat mempelajari lebih lanjut tentang destinasi wisata pedesaan, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan rekomendasi individual. Komitmen destinasi pedesaan untuk memberikan pengalaman luar biasa kepada wisatawan diperkuat dengan daya tanggap dan kehadiran internet yang aktif dapat menciptakan citra yang baik dalam dunia internet dan memberikan kepercayaan destinasi wisata.

- c. Beberapa rekomendasi dapat dirumuskan dari simpulan atau pernyataan di atas guna meningkatkan niat berkunjung calon wisatawan oleh citra destinasi yang baik. Rekomendasi – rekomendasi tersebut antara lain yaitu :

1. Perbanyak atraksi dalam lokasi wisata pedesaan. Seperti, salah satu bentuk kebanggaan atau unggulan dalam destinasi pedesaan adalah pemandangan alam yang menakjubkan. Pamerkan keindahan pemandangan destinasi melalui foto dan video yang menarik secara visual. Perbanyak atraksi foto yang menarik dalam destinasi wisata

seperti adanya lokasi foto khusus dengan pemandangan paling menarik dalam lokasi wisata. Kemudian perbanyak aktifitas yang dapat dilakukan dalam lokawisata seperti kuliner. Adanya fasilitas kuliner yang menarik dapat menciptakan citra baik tersendiri bagi destinasi wisata pedesaan. Dengan diperbanyaknya atraksi dalam wisata pedesaan akan menciptakan citra yang baik pada calon wisatawan yang diharapkan dapat mendorong niat berkunjung wisatawan.

2. Memanfaatkan Media Sosial. Manfaatkan pengaruh media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata pedesaan dan interaksi dengan calon pengunjung guna meningkatkan citra yang baik dalam dunia media sosial. Ciptakan posting sosial media dengan visual yang kuat, dan video yang menarik, dan ceritakan kisah pengalaman pengunjung mengenai tentang aktifitas, dan atraksi yang dapat dinikmati dalam destinasi wisata pedesaan. Ciptakan citra dan presensi yang baik akan destinasi wisata pedesaan dalam ranah online agar mendorong niat berkunjung wisatawan.

d. Beberapa rekomendasi dapat dirumuskan dari simpulan atau pernyataan di atas guna meningkatkan niat berkunjung wisatawan yang dipengaruhi oleh kepercayaan destinasi. Beberapa rekomendasi tersebut yaitu:

1. Berkolaborasi dengan Influencer atau dengan *tour organizer*. Bermitra dengan influencer perjalanan, blogger, dan pakar yang

berspesialisasi dalam pariwisata pedesaan atau agen travel. Undanglah mereka untuk merasakan destinasi secara langsung dan berbagi pengalaman autentik dan positif mereka dengan audiens mereka. Dukungan dan rekomendasi mereka dapat secara signifikan memengaruhi kepercayaan dan niat untuk berkunjung di antara pengikut mereka. Berkolaborasi dengan influencer juga membantu memperluas jangkauan dan visibilitas destinasi pedesaan ke khalayak yang lebih luas.

2. *Reliabel*, terintegritas, kompeten, dan berkualitas. Pengelola wisata perlu meningkatkan kompetensi mereka dalam melayani wisatawan dan juga menjaga kualitas fasilitas maupun atraksi dalam destinasi wisata. Pengelola yang kompeten dan fasilitas yang baik dapat menjadi bukti bahwa destinasi wisata tersebut layak dan terpercaya sebagai tujuan wisata. sebaliknya jika pengelola lalai dalam menjaga kualitas wisata, hingga tidak kompetenya dalam melayani wisatawan, destinasi tersebut akan kehilangan kepercayaan dan menurunkan niat berkunjung wisatawan.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain yakni pengumpulan penyebaran kuesioner yang telah di sebar melalui internet se Indonesia masih mendapatkan jawaban responden yang didominasi dari Jawa Tengah dan didominasi oleh responden berusia 15 – 25 tahun yang kemungkinan bersifat pelajar atau mahasiswa sehingga variasi

jawaban dari responden dalam penelitian ini masih terbilang kurang. Meskipun responden dominan tersebut termasuk sebagai calon wisatawan, sample jawaban yang lebih beragam akan lebih penting guna mengkonfirmasi temuan penelitian ini. Kemudian, studi ini tidak berfokus pada valensi online review. Seperti yang diketahui bahwa ada terdapat 2 jenis sifat online review, yakni positif dan negatif namun penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan online review sebagai media penyedia informasi. Kemudian dikarenakan kepercayaan destinasi tidak sepenuhnya berhasil sebagai mediasi dalam penelitian ini, perlu adanya pengkajian ulang dengan menggunakan kepercayaan destinasi pada jenis pariwisata lain. Penelitian di masa depan dapat memasukkan konstruksi tersebut ke dalam model yang diusulkan dan mengeksplorasi peran mereka.

