

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer engagement* berpengaruh langsung terhadap *value co-creation*.
2. *Customer experience* berpengaruh langsung terhadap *value co-creation*.
3. *Value co-creation* berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung ulang.
4. *Customer engagement* tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung ulang.
5. *Customer experience* berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung ulang.
6. *Value co-creation* dapat memediasi pengaruh *customer engagement* terhadap minat berkunjung ulang.
7. *value co-creation* dapat memediasi pengaruh *customer experience* terhadap minat berkunjung ulang.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada literatur *value co-creation* yang masih jarang dikembangkan pada pariwisata Desa. Penelitian ini juga mengembangkan hubungan antara variabel *value co-creation* dengan *customer engagement*, *customer experience*, dan minat berkunjung ulang.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan pada penelitian ini, maka penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan menggunakan dimensi atau indikator yang berbeda agar didapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini mempunyai beberapa implikasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan strategi oleh pengelola wisata Desa Ponggok, yaitu diantaranya:

a) Hasil penelitian menunjukkan *customer experience* berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Untuk itu pengelola harus dapat menciptakan pengalaman yang baik, menarik, dan berkesan bagi pengunjung. Untuk menciptakan pengalaman tersebut, pengelola wisata desa Ponggok dapat melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1) *Sense Experience* dapat ditingkatkan melalui daya tarik visual dengan penambahan spot foto di darat pada wisata Umbul Ponggok khususnya pada tulisan “Umbul Ponggok”, meningkatkan kebersihan kolam pada Umbul Besuki, penambahan spot foto dan penataan kursi pada wisata umbul Sigedhang, dan percepatan pembangunan pada wisata Sokoalas dan Honduras.

2) *Feel Experience* dapat dilakukan dengan penambahan hiburan musik pada wisata sesuai dengan tema atau segmentasi wisata.

- 3) *Think Experience* dapat dilakukan dengan menambah papan informasi terkait sejarah Desa Ponggok atau mite terkait sumber air/umbul sebagai penambahan fasilitas edukatif khususnya untuk wisata Umbul Ponggok, Sigedhang, dan Besuki.
 - 4) *Act Experience* dapat dilakukan dengan membuat *souvenir* atau oleh-oleh khas Desa Ponggok yang dapat menunjukkan gaya hidup masyarakat Desa Ponggok. Misalnya menjual olahan makanan dari nila (bekerja sama dengan UMKM budidaya nila Desa Ponggok).
 - 5) *Relate Experience* dapat dilakukan dengan membuat paket tour wisata ponggok yaitu paket untuk wisatawan rombongan dan berkeliling semua wisata desa Ponggok dengan harga, fasilitas, dan akomodasi yang sesuai kebutuhan. Paket ini juga dapat mendukung percepatan rencana wisata terintegrasi.
- b) Hasil penelitian menunjukkan *value co-creation* berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang dan dapat memediasi customer engagement terhadap revisit intention. Untuk itu pengelola dapat memanfaatkan *value co creation* dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan Desa Ponggok melalui beberapa hal sebagai berikut:
- 1) Pencarian dan berbagi informasi: Pengelola wisata dapat membuat layanan customer service, baik secara kontak langsung maupun tidak langsung (adanya nomor yang dapat

dihubungi). Pelayanan ini perlu diadakan khususnya pada wisata Umbul Sigedhang dan Umbul Besuki, sedangkan untuk customer service wisata Umbul Pongkok masih perlu ditingkatkan dalam cara berkomunikasi.

- 2) Perilaku yang bertanggung jawab: Pengelola dapat membuat informasi yang jelas terkait peraturan atau larangan yang ada di wisata Desa Pongkok. Umbul Pongkok perlu membuat papan informasi terkait tata cara mengembalikan peralatan renang kepada petugas.
- 3) Interaksi pribadi dan Umpan balik: Pengelola wisata dapat memberikan balasan terhadap rating yang diberikan pengunjung di google map dan memposting ulang konten yang di-*upload* pengunjung sebagai bentuk apresiasi dan promosi.
- 4) Membantu: Memberikan potongan harga atau bonus tiket bagi wisatawan yang mengajak teman/keluarganya dalam jumlah banyak saat mengunjungi wisata Desa Pongkok dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.

C. Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi

1. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 123 orang, tentunya masih kurang dalam menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Terlebih dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup sehingga responden tidak dapat memberi jawaban dengan kalimatnya sendiri.
2. Hasil penelitian ini memiliki output validitas diskriminan yang belum baik karena item-item pernyataan belum bisa menunjukkan perbedaan antar variabelnya.
3. Penelitian ini tidak menyelidiki lebih dalam terkait wisata integrasi dalam proses penelitiannya. Wisata terintegrasi hanya dikaji berdasarkan literatur secara teori tidak dikaji secara langsung terkait kondisi yang ada di Desa Pongok.
4. Penelitian ini hanya berfokus pada bidang pariwisata desa sehingga hasil penelitian ini belum bisa menggambarkan keadaan secara umum terkait *value co-creation*, *customer engagement*, *customer experience*, dan minat berkunjung ulang.

2. Rekomendasi

Rekomendasi penelitian ini untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan jumlah sampel yang lebih besar dan metode analisis yang berbeda, hal ini bertujuan agar data dan hasil penelitian lebih akurat. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan kuesioner terbuka agar responden mendapat kesempatan menjawab dengan bahasa sendiri dan dapat menjelaskan alasan dalam memilih item pernyataan.

2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel serupa dengan indikator yang berbeda dengan penelitian ini agar dapat menghasilkan nilai validitas diskriminan yang baik.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian khusus terkait wisata integrasi dengan menambahkan variabel-variabel yang dapat mendukung integrasi dalam bidang pariwisata dan study kelayakan wisata Desa Ponggok.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dibidang bisnis yang lain seperti di bidang perhotelan, perbankan, dan ritel. Hal itu berguna agar dapat diambil kesimpulan secara umum terkait hubungan variabel *customer engagement*, *customer experience*, *value co-creation*, dan minat berkunjung ulang.

