

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

- a. *Auhtenticity* tidak berpengaruh terhadap *Revisit intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung pantai selatan kebumen akan berkunjung kembali ke pantai tersebut tidak hanya dengan melihat dari *objective authenticity*. Hal ini disebabkan karena wisatawan hanya ingin menikmati alam pantai selatan kebumen dan belum merencanakan untuk berkunjung kembali.

- b. *Authenticity* berpengaruh terhadap *Destination image*.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keaslian pantai selatan kebumen dapat memberikan *image* yang *unique* bagi para pengunjung yaitu melalui keaslian pasir pantai, keaslian air laut, dan keberagaman flora dan fauna dari pantai selatan kebumen.

- c. *Destination image* berpengaruh terhadap *Revisit intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa *image* yang *unique* dari pantai selatan kebumen memberikan keinginan pengunjung untuk kembali berkunjung. Terutama *image* pantai selatan kebumen yang beda dari *image* pantai lainnya.

d. *Destination image* tidak mampu memediasi pengaruh *Authenticity* terhadap *Revisit intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke pantai selatan kebumen hanya ingin menikmati alam atas destinasi yang direkomendasikan oleh orang lain. Mungkin ada faktor lain yang perlu dipertimbangkan atau variabel tambahan yang dapat dimasukkan dalam penelitian ini untuk menjelaskan lebih lanjut hubungan antara *authenticity*, *destination image*, dan *revisit intention*.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Penelitian ini menemukan bahwa *authenticity* atau otentik (kekhasan) dari pantai Malang selatan tidak mampu mempengaruhi *revisit intention* wisatawan terhadap pantai selatan kebumen. Namun penelitian ini menemukan bahwa *destination image* dapat mempengaruhi *revisit intention*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut kekhasan objek wisata merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pengelola objek wisata agar menghasilkan citra objek wisata yang positif untuk meningkatnya kunjungan kembali wisatawan, sehingga pendapatan dan profitabilitas daerah menjadi lebih terjamin dan meningkat.

Penting bagi pengelola objek wisata harus menjaga dan merawat apa yang telah dianggap cukup khas oleh wisatawan. Selain itu pada strategi

menuju pariwisata digital, dan nomadic tourism. Pengelola objek wisata dan bahkan pemerintah kabupaten Kebumen dapat meningkatkan kearah interactive activities, pengelola objek wisata dapat meningkatkan dengan cara memperbanyak event yang melibatkan wisatawan dengan konsep budaya lokal, hal tersebut dapat menjadikan wisatawan mengenal budaya setempat dan dapat menikmati wisata pantai selatan kebumen serta dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat. Namun yang paling mendasar adalah meningkatkan citra yang baik pada wisata pantai selatan kebumen yang akan berdampak pada kesejahteraan warga setempat, sehingga menjadai peningkatan kesempatan yang luas bagi anggota masyarakat untuk bisa meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke satu variabel *authenticity* yaitu AO1 memiliki nilai factor tertinggi senilai 0,784 yaitu saya merasa warna pasir pantai selatan kebumen memiliki keaslian yang alami. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pengelola pantai selatan kebumen untuk menjaga kebersihan pasir pantai sehingga dapat terjaga keaslian alami pantainya.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator ke empat variabel *destination image* yaitu DI4 memiliki nilai factor tertinggi senilai 0,896 yaitu saya merasa bahwa pantai selatan kebumen menawarkan pengalaman yang masih alami. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pengelola pantai selatan kebumen bahwa menjaga

keaslian pantai merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa indikator keempat variabel *revisit intention* yaitu RI4 memiliki nilai factor tertinggi senilai 0,836 yaitu saya melihat kemungkinan besar bahwa saya akan kembali ke wisata pantai selatan kebumen. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola pantai selatan kebumen untuk menjaga citra wisata pantainya yang indah agar wisatawan dapat berkunjung kembali.

2. Implikasi Teoritis

Authenticity memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *destination image*. Ini menunjukkan bahwa aspek keaslian atau *authenticity* memiliki dampak positif terhadap persepsi destinasi oleh wisatawan (*destination image*). Ini sejalan dengan teori-teori yang mengaitkan citra destinasi dengan faktor-faktor seperti keaslian dan autentisitas. Selanjutnya menunjukkan bahwa *destination image* memengaruhi *revisit intention*. Hal ini mendukung literatur yang menekankan pentingnya citra destinasi dalam membentuk niat untuk kembali berkunjung. Wisatawan cenderung kembali ke destinasi yang memiliki citra positif dalam pikiran mereka. Kemudian pengaruh simultan *authenticity* dan *destination image* terhadap *revisit intention*, menunjukkan bahwa ketika keduanya dimasukkan dalam satu model, tidak ada pengaruh yang signifikan pada *revisit intention*. Hal ini bisa diartikan bahwa pengaruh *authenticity* pada *revisit intention* mungkin

tidak terjadi secara langsung melalui *destination image* dalam konteks penelitian ini.

Hasil ini mungkin mengundang pertimbangan lebih lanjut terkait peran variabel mediasi (*destination image*) dan mungkin adanya faktor-faktor mediasi atau moderasi tambahan yang perlu dipertimbangkan dalam menjelaskan hubungan antara *authenticity*, *destination image*, dan *revisit intention*.

Kesimpulan teoritis secara keseluruhan dapat menunjukkan kompleksitas hubungan antara *authenticity*, *destination image*, dan *revisit intention*. Hasil ini dapat memperkaya pemahaman kita terhadap dinamika psikologis dan persepsi wisatawan dalam memilih dan mengulang kunjungan ke destinasi wisata. Memperkuat atau merangsang diskusi tentang konsep *authenticity* dan *destination image* dalam literatur ilmiah. Penemuan ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman konsep-konsep tersebut dalam konteks spesifik wisata pantai selatan Kebumen atau destinasi serupa. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan kontribusi signifikan terhadap literatur dalam bidang pariwisata dan perilaku konsumen, serta memberikan arah bagi penelitian selanjutnya dalam konteks *authenticity* dan *destination image*.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada analisis f-Square dimana pengaruh antar variabel eksogen dan variabel endogen ketiga-tiganya memiliki pengaruh dalam kategori lemah. Maka dari itu, dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas sampel agar dalam uji kelayakan model bisa mendapatkan nilai f-Square yang kuat.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, peneliti menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan eksplorasi faktor-faktor mediasi tambahan yang mungkin memengaruhi hubungan antara *authenticity*, *destination image*, dan *revisit intention*.
- b. Memperdalam pengukuran variabel-variabel utama seperti *authenticity*, *destination image*, dan *revisit intention*. Menambahkan dimensi-dimensi khusus atau variabel-variabel tambahan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konsep-konsep ini beroperasi dalam konteks destinasi wisata tertentu.
- c. Melibatkan industri pariwisata dan pengelola destinasi dalam proses penelitian untuk memastikan relevansi dan keberlanjutan temuan penelitian.