

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Menurut uraian panjang di dalam pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti mengambil beberapa poin kesimpulan, diantaranya;

1. Hipotesis pertama *attractiveness* berpengaruh terhadap *tourist engagement* pada objek wisata D'LAS Purbalingga, **Diterima.**
2. Hipotesis kedua *service quality* berpengaruh terhadap *tourist engagement* pada objek wisata D'LAS Purbalingga, **Diterima.**
3. Hipotesis ketiga *service quality* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata D'LAS Purbalingga, **Diterima.**
4. Hipotesis keempat yakni *tourist engagement* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata D'LAS Purbalingga, **Diterima.**
5. Hipotesis kelima yakni *tourist engagement* mampu memediasi pengaruh *attractiveness* terhadap *revisit intention* wisatawan objek wisata D'LAS Purbalingga, **Diterima.**

## B. Implikasi

Berdasarkan uraian kesimpulan yang telah dijabarkan, penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi berikut;

### 1. Implikasi Managerial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dan *attractiveness* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*. Dengan demikian, pihak pengelola objek wisata D'LAS Purbalingga harus dapat meningkatkan minat berkunjung kembali dengan menjaga *tourist engangement* sebagai mediasi pengaruh keduanya dengan cara memberi peningkatan kualitas layanan dan fasilitas pendukungnya sesuai kebutuhan dari wisatawan D'LAS Purbalingga. Salah satu caranya yakni dengan memberi layanan customer service bagi wisatawan yang membutuhkan informasi atau ada keluhan yang dirasakan oleh wisatawan selama berkunjung. Dengan media penyediaan *customer care* (layanan kritik dan saran) kepada wisatawan sehingga pengelola mengetahui kekurangan dan mampu mengevaluasi diri serta memberikan pelayanan wisata yang terbaik.

### 2. Implikasi Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel bebas yang berbeda karena masih banyak variabel yang perlu dieksplorasi selain *service quality*, *attractiveness*, dan *tourist engangement* seperti *tourim loyalty* (Terence, 2017), *tourism experience* (Singh, 2018), *tourism preference* (Davies, 2020). Selain itu, disarankan untuk memilih lokasi yang berbeda, karena terdapat banyak objek wisata

yang ada di Kabupaten di Purbalingga secara khusus dan Jawa Tengah secara umum untuk diteliti sehingga mampu meningkatkan potensi pariwisata.

