

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali pada pengunjung Kawah Putih maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan tanggapan responden, Citra destinasi pada Objek Wisata Kawah Putih berdasarkan 3 indikator. Dapat dilihat dari hasil indikator affective image mendapat hasil tertinggi diperoleh oleh Rasa senang. Total skor terendah diperoleh oleh Cognitive Image yang berada Pada Fasilitas spot foto sudah sangat lengkap. Secara keseluruhan citra destinasi pada objek Wisata Kawah Putih tergolong cukup baik.
2. Berdasarkan tanggapan responden, Pengalaman Wisata pada Objek Wisata Kawah Putih berdasarkan 4 indikator. Dapat dilihat dari hasil indikator Keindahan mendapat hasil tertinggi diperoleh oleh Wisata yang memiliki Keunikan Alam. Total skor terendah diperoleh oleh Edukasi yang berada pada merasa kurang bahagia ketika explorasi di karenakan karena terkadang terganggu oleh kabut putih. Secara keseluruhan Pengalaman Wisata pada objek Wisata Kawah Putih tergolong cukup baik.
3. Berdasarkan tanggapan responden, Niat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Kawah Putih berdasarkan 2 indikator. Dapat dilihat dari hasil indikator Itention To Recommend mendapat hasil tertinggi diperoleh oleh Berkeinginan untuk merekomendasikan kawah putih. Total skor terendah

diperoleh oleh Intention to revisit yang berada pada akan sangat senang apabila dapat berkunjung kembali ke Kawah Putih. Secara keseluruhan Niat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Kawah Putih tergolong baik.

4. Secara parsial Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali, lalu secara parsial Pengalaman Wisata berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan secara simultan Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada pengunjung Kawah Putih.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali pada pengunjung Kawah Putih, mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola dalam hal meningkatkan kemajuan dalam sektor pariwisata :

1. Berdasarkan tanggapan responden, Pada Variable Citra destinasi pada objek wisata kawah putih dengan total skor terendah diperoleh oleh cognitive image, sebaiknya objek wisata perlu menambah Spot Foto, Wahana, food court dan Spot spot unik lainnya yang instagramable.
2. Berdasarkan tanggapan responden, Pada Variable Pengalaman Wisata destinasi pada objek wisata kawah putih dengan total skor terendah diperoleh oleh Edukasi. Edukasi atau “belajar sambil bermain” merupakan perpaduan antara eksplorasi. Mungkin Pihak Pengelola bisa menambahkan cafe tempat kopi jadi selain tempat wisata bisa di gunakan tempat nongkrong.
1. Berdasarkan tanggapan responden, Pada Variable Niat Berkunjung Kembali pada objek wisata kawah putih dengan total skor terendah diperoleh oleh intention to revisit. Oleh karena itu disarankan untuk pihak pengelola untuk membuat sebuah inovasi baru atau membuat sebuah acara kebudayaan agar dapat meningkatkan niat kunjungan kembali dan membuat para wisatawan penasaran terhadap Kawah Putih dan membuat mereka ingin berkunjung kembali ke objek wisata Kawah Putih ini.

2. Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata berpengaruh terhadap Niat Kunjungan Kembali masih tergolong cukup baik. Melalui hal tersebut bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang serupa, agar menambahkan variable kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, daya tarik pariwisata dan menambah jumlah sample dan juga meneliti tempat wisata lainnya.