

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban apakah nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (H_1), apakah nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali (H_2), dan apakah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali (H_3). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 322 eksamplan.

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berarti nilai persepsi memiliki dampak terhadap kepuasan wisatawan dalam industri wisata kuliner. Dengan kata lain, semakin bagus nilai persepsi maka akan wisatawan akan semakin puas. Hasil penelitian ini juga berhasil diteliti oleh (Quintal *et al.*, 2010) yang menyatakan bahwa nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam penelitiannya (Bigné *et al.*, 2009; Ranjbarian *et al.*, 2015).

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali yang berarti nilai persepsi memiliki dampak terhadap niat mengunjungi kembali dalam industri wisata kuliner. Dengan kata lain, semakin bagus nilai persepsi maka niat mengunjungi kembali akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini juga diteliti oleh (Kim *et al.*, 2015) yang menyatakan bahwa nilai persepsi berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali dalam penelitiannya (Cheng *et al.*, 2013; Sun *et al.*, 2011).

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali yang berarti kepuasan wisatawan memiliki dampak terhadap niat mengunjungi kembali dalam industri wisata kuliner. Dengan kata lain, semakin tinggi kepuasan wisatawan maka niat mengunjungi kembali akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini juga diteliti oleh (Han *et al.*, 2009) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali dalam penelitiannya (Chen *et al.*, 2017; Huang *et al.*, 2009).

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini tentunya belum bisa dikatakan sempurna karena masih terikat oleh keterbatasan-keterbatasan yang membuat penelitian ini menjadi kurang sempurna. Berikut akan dijabarkan keterbatasan apa saja yang menghambat penelitian ini, antara lain:

- a. Sempitnya area penulis mengambil sampel penelitian. Penulis hanya dapat mengambil sampel restoran *seafood* yang berada di perkotaan dan berdekatan dekat pelabuhan internasional yang dikarenakan jarak restoran *seafood* yang tidak berada di perkotaan seperti Kopak Jaya, Love Seafood Tanjung Piayu akan memakan banyak waktu bagi penulis untuk mengantar dan mengumpulkan kuesioner.
- b. Pemborosan kuesioner yang digunakan oleh penulis. Hal ini dikarenakan objek yang akan diteliti oleh penulis hanya wisatawan mancanegara sedangkan pengunjung di restoran adalah wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, bahkan penduduk lokal. Sehingga kuesioner akan

dibagikan kepada semua pengunjung, kemudian membedakan wisatawan mancanegara dengan lainnya dengan melalui pertanyaan kewarganegaraan yang dicantumkan dalam kuesioner.

- c. Jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian hanya 3, yaitu nilai persepsi, kepuasan, dan niat mengunjungi kembali. Oleh karena itu, penulis berharap peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lagi agar mempunyai hasil yang akurat atau pasti, seperti *past travel experience* (Huang *et al.*, 2009), *servicescape* (Kim *et al.*, 2009), dan masih banyak lagi.

5.3. Rekomendasi

Terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian yang akan datang berdasarkan keterbatasan diatas. Penulis mengharapkan penelitian selanjutnya akan lebih bagus dari penelitian ini. Rekomendasi-rekomendasi tersebut adalah:

- a. Peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel restoran yang lebih banyak lagi agar hasil dari penelitian lebih akurat dibandingkan penelitian sebelumnya.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa butir pertanyaan pada variabel kepuasan wisatawan berdasarkan artikel pendukung yang didapatkan.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel independen lagi agar dapat mengetahui faktor lain yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali selain nilai persepsi dan kepuasan wisatawan.