

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada objek wisata Pantai Suwuk di Kabupaten Kebumen. Maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata pantai Suwuk di kabupaten Kebumen. Hal ini berarti baik tidaknya layanan di suatu wisata tidak dapat mempengaruhi Keputusan Berkunjung masyarakat di wilayah kabupaten Kebumen.
2. Hasil menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata pantai Suwuk di kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin baik promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi Keputusan Berkunjung masyarakat di wilayah kabupaten Kebumen.
3. Hasil menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata pantai Suwuk di kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin baik citra suatu destinasi dapat mempengaruhi Keputusan Berkunjung masyarakat di wilayah kabupaten Kebumen.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan keterbatasan sebagai berikut:

1. Subyek dalam penelitian ini terbatas hanya pada pengunjung objek wisata Pantai Suwuk di Kabupaten Kebumen dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Peneliti mengalami keterbatasan pada pengunjung yang belum paham tentang Citra Destinasi. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada pada penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.
2. Mengingat pengaruh variabel diluar penelitian ini cukup tinggi yaitu 85.7% maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel lain yang ada di luar penelitian ini karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke suatu destinasi wisata.

5.3 Implikasi

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka didapat implikasi praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Pantai Suwuk di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu pengelola

diharapkan tetap menjaga kepercayaan pengunjung karena layanan yang memuaskan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke Pantai Suwuk.

2. Penelitian ini membuktikan bahwa Promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Pantai Suwuk di Kabupaten Kebumen. Oleh karena sebaik dan sebagus apapun promosi yang dilakukan pengelola Pantai Suwuk tidak mempengaruhi keputusan berkunjung ke Pantai Suwuk.
3. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra Destinasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Pantai Suwuk di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu walaupun citra Pantai Suwuk baik tidak menjadi hal yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke Pantai Suwuk.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap keputusan berkunjung. Implikasi teoritis yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji t sebesar 2.373 dengan tingkat signifikan $0.020 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mongdong dan Tumewu (2015) menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji t sebesar 1.250 dengan tingkat signifikan $0.214 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakirtas (2013) yang membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji t sebesar 0.307 dengan tingkat signifikan $0.760 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Diposumarto dkk. (2015) menjelaskan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $6.504 > F_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan, promosi dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan berdasarkan hasil uji R^2 (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai 0.143 sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependent sebesar 14.3% dan sisanya sebesar 85.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.