

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh daya tarik wisata, *electronic word of mouth*, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke Jembangan Wisata Alam, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung terhadap keputusan berkunjung ke Jembangan Wisata Alam di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa keindahan alam dan atraksi wisata yang ditawarkan menjadi faktor utama yang mendorong pengunjung untuk memilih Jembangan Wisata Alam sebagai destinasi wisata yang dituju.
- 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh negative secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pengaruh negatif signifikan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau semakin banyak ulasan negatif yang tersebar melalui Electronic Word of Mouth (E-WOM) mengenai Jembangan Wisata Alam, maka keputusan berkunjung calon wisatawan cenderung akan menurun. Sebaliknya, jika ulasan negatif berkurang atau tidak ada, keputusan berkunjung dapat meningkat. Ini menunjukkan bahwa

persepsi calon pengunjung sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima secara online.

- 3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas itu sangat penting, namun fasilitas tidak menjadi faktor utama penentu dalam keputusan berkunjung.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu dimana saat melakukan pengumpulan data yang disebar melalui google form secara online sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mencapai target responden. Karena keterbatasan jangkauan dalam penyebaran link kuesioner tersebut.
2. Fokus penelitian ini hanya pada responden sebanyak 100 responden di Kab. Kebumen yang pernah mengunjungi Jembatan Wisata Alam dalam satu tahun terakhir.

5.3. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka terdapat beberapa implikasi – implikasi yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian, antara lain:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian yang dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pengelola objek wisata sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung, sehingga penulis menyarankan bagi pengelola objek wisata perlu meningkatkan daya tarik yang ada, seperti menjaga kelestarian alam di sekitar, menambah atraksi wisata atau wahana baru, serta menjaga kebersihan area wisata. Selain itu, perlu menerapkan strategi pemasaran yang menonjolkan daya tarik yang unik dari Jembangan Wisata Alam untuk menarik lebih banyak pengunjung termasuk mengelola media sosial untuk mempromosikan daya tarik yang ada di Jembangan Wisata Alam.
2. *Electronic Word Of Mouth* dinilai memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Oleh karena itu, penulis menyarankan pengelola Jembangan Wisata Alam untuk aktif dalam memantau dan mengelola ulasan online yang ada, merespon dengan cepat dan efektif ulasan negative untuk memperbaiki citra dan reputasi objek wisata. Selain itu, meningkatkan citra Jembangan Wisata Alam di mata calon pengunjung sehingga mendorong pengunjung untuk memberikan ulasan positif.
3. Meskipun fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, penulis menyarankan pihak pengelola Jembangan

Wisata Alam untuk terus memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang disediakan, seperti meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas yang disediakan, memastikan bahwa fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung, serta meningkatkan kualitas pelayanan dan kebersihan fasilitas yang disediakan.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata, *electronic word of mouth*, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat memberikan hasil kontribusi teoritis sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Daya tarik yang kuat dapat meningkatkan keputusan berkunjung, yang sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyarakan bahwa faktor-faktor yang menarik perhatian akan mempengaruhi keputusan berkunjung. Hal ini juga ditemukan oleh Putranti & Rokhman (2023) hasil penelitian memiliki pengaruh signifikan, kuat dan positif pada variabel keputusan berkunjung. Secara keseluruhan, daya tarik wisata dapat mendorong pengunjung untuk berkunjung. Hal yang serupa juga ditemukan oleh Putri & Wiryawan (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa daya tarik wisata

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth*, memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, yang mendukung teori bahwa informasi yang disebarkan melalui media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen atau pengunjung. Hal ini juga ditemukan penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Niken, (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh negatif terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrilia et al (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung artinya bahwa meskipun fasilitas penting, namun tidak menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung. Meskipun fasilitas yang baik seperti area parkir, restaurant, dan akomodasi penting untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, akan tetapi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak menjadi faktor utama dalam keputusan berkunjung, Hal ini dilihat berdasarkan dari hasil pengumpulan data diperoleh responden yang paling dominan

adalah pelajar/mahasiswa yang cenderung muda dan tidak terlalu memperhatikan fasilitas atau hanya sekedar untuk berefreshing, Hal ini juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari & Purwanto, (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofiana M (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

- 4) Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada. Karena variabel di luar penelitian yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Jembangan Wisata Alam cukup besar yaitu 44,7% maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih menarik dan lebih bisa menggambarkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke Jembangan Wisata Alam di Kebumen dan hasil dari penelitian selanjutnya dapat di peroleh hasil lebih baik.
- 5) Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, sehingga responden yang ada sangat terbatas. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya menambah jumlah responden agar hasil penelitiannya lebih baik.