

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Kesimpulan dan saran tersebut disusun berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening pada pengunjung Hortimart Agro Center Bawen.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 96 responden yang merupakan pengunjung Hortimart Agro Center Bawen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Semakin baik dan lengkap fasilitas fisik yang tersedia, maka akan semakin tinggi ketertarikan calon pengunjung untuk datang.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Pelayanan yang ramah dan responsif mampu membentuk persepsi positif yang mendorong keinginan wisatawan untuk berkunjung.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Ketersediaan sarana prasarana yang memadai secara langsung menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam memantapkan pilihan kunjungannya.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pengalaman layanan yang profesional memberikan keyakinan kepada

pengunjung untuk memilih Hortimart Agro Center dibandingkan destinasi lain.

5. Minat Berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Adanya niat atau dorongan psikologis yang kuat merupakan prediktor utama dalam merealisasikan tindakan aktual kunjungan. Hubungan ini merupakan korelasi terkuat pada variabel yang paling dominan dalam mendorong keputusan berkunjung pada Hortimart Agro Center Bawen.
6. Minat berkunjung memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Fasilitas yang baik dapat mendorong keputusan berkunjung baik secara langsung maupun dengan meningkatkan minatnya terlebih dahulu.
7. Minat berkunjung memediasi secara parsial (*partial mediation*) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung. Kualitas pelayanan berperan dalam membangun minat yang kemudian berujung pada keputusan akhir wisatawan untuk berkunjung. Hubungan ini merupakan korelasi terlemah pada variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Keputusan berkunjung pada Hortimart Agro Center Bawen.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah saran praktis berupa aksi nyata yang dapat dilakukan:

4.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Pada variabel fasilitas, indikator kelengkapan (F1) dan kemudahan penggunaan (F5) memperoleh nilai *mean* terendah. Manajemen Hortimart Agro Center Bawen

disarankan untuk mengadakan fasilitas sepeda listrik (*electric bike*) di kawasan perkebunan atau sepanjang jalur *Agro Tour*. Penyediaan sepeda listrik ini bertujuan untuk meningkatkan kemudahan mobilitas dan kenyamanan pengunjung dalam mengeksplorasi area kebun secara mandiri dan fleksibel, terutama bagi pengunjung yang ingin berkeliling tanpa harus sepenuhnya bergantung pada jadwal armada mobil *tour*. Selain itu, manajemen disarankan menerapkan sistem "*Checklist Kesiapan Fasilitas*" harian yang wajib diisi oleh staf setiap pagi sebelum jam operasional dimulai, guna memastikan seluruh unit sepeda listrik dan sarana pendukung lainnya dalam kondisi siap pakai dan aman bagi pengunjung.

2. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator daya tanggap (KP4) dan jaminan (KP5) yang menunjukkan perlu dilakukan peningkatan. Manajemen Hortimart Agro Center Bawen disarankan untuk menyediakan pamflet "*Pusat Bantuan Cepat*" yang ditempel di setiap armada mobil *tour* dan pada area wisata, yang memuat nomor *WhatsApp* khusus untuk penanganan keluhan secara langsung di tempat.
3. Pada variabel minat berkunjung terdapat indikator minat eksploratif (MB2) dan minat transaksional (MB3) yang menunjukkan hasil penilaian terendah dibandingkan indikator lainnya. Dalam upaya meningkatkan keinginan pengunjung untuk mencari informasi dan membeli produk, pihak manajemen disarankan untuk mengoptimalkan konten media sosial seperti "*Update Panen Real-time*" di *platform* TikTok dan Instagram. Manajemen Hortimart Agro Center Bawen disarankan untuk membuat *product tasting* produk buah unggulan di pintu keluar area kebun,

guna memperkenalkan rasa dan kualitas buah secara langsung yang dapat memicu rasa ingin tahu pengunjung untuk mengeksplorasi produk lebih jauh.

4. Pada variabel keputusan berkunjung terdapat indikator evaluasi alternatif (KPB3) menunjukkan bahwa pengunjung lebih banyak memutuskan datang berdasarkan rekomendasi. Manajemen Hortimart Agro Center Bawen disarankan mengunggah testimoni pengunjung secara rutin dan memperbarui foto fasilitas terbaru di *Google Maps* maupun *Instagram* untuk memberikan kesan pertama yang meyakinkan. Manajemen juga disarankan untuk memberikan apresiasi kecil (seperti stiker atau bibit tanaman gratis) bagi pengunjung yang bersedia memberikan ulasan positif di *Google Maps* sesaat setelah kunjungan mereka berakhir, agar ulasan tersebut menjadi referensi kuat yang memengaruhi calon pengunjung lain untuk langsung memilih Hortimart tanpa merasa perlu mencari alternatif wisata lain.

4.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian variabel – variabel lain. Hal ini mengingat nilai *R-Square* untuk Minat Berkunjung (0,338) dan Keputusan Berkunjung (0,553) masih menunjukkan adanya variabel lain di luar model penelitian, peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti *Brand Image*, karena termasuk faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengunjung.