

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Variabel *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisata Dusun Semilir. Maka semakin tinggi atau baik *Electronic Word Of Mouth* yang dilakukan akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
2. Variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisata Dusun Semilir. Maka semakin meningkat Daya Tarik Wisata yang ada dalam suatu tempat wisata maka akan berpengaruh meningkatnya keputusan berkunjung wisatawan.
3. Kedua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel *Electronic Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisata Dusun Semilir. Maka semakin meningkat atau baik *Electronic Word Of Mouth* dilakukan dan semakin meningkat Daya Tarik Wisata yang ada dalam suatu tempat wisata maka akan berpengaruh meningkatnya keputusan berkunjung yang dilakukan oleh wisatawan.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* dan Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Namun, terdapat beberapa batasan yaitu penelitian ini terbatas pada sampel yang mungkin tidak mewakili seluruh populasi wisatawan, pengukuran *Electronic Word of Mouth* hanya mencakup platform tertentu. Selain itu, preferensi subjektif terhadap daya tarik wisata karena setiap individu memiliki penilaian yang berbeda. Meski demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola destinasi wisata dalam memaksimalkan penggunaan *Electronic Word of Mouth* dan meningkatkan Daya Tarik untuk mempengaruhi Keputusan Berkunjung.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan kepada Wisata Dusun Semilir untuk meningkatkan jumlah wisatawan yaitu :

1. Untuk memaksimalkan *Electronic Word Of Mouth*, Dusun Semilir perlu meningkatkan pada media sosial dan platform ulasan, karena mayoritas pengunjung lebih memilih mencari informasi melalui saluran ini. Dusun Semilir dapat meningkatkan frekuensi pemberian hadiah atau diskon bagi wisatawan yang membagikan ulasan menarik pada media sosialnya.
2. Untuk meningkatkan daya tarik, Dusun Semilir dapat memperluas area parkir guna menampung lebih banyak kendaraan serta memperluas kerjasama dengan lebih banyak travel agent untuk menawarkan paket wisata yang lebih menarik dan beragam.

3. Untuk meningkatkan keputusan berkunjung ke Dusun Semilir, disarankan untuk memperbaiki penyampaian informasi dengan menyediakan detail yang lebih lengkap dan akurat, meningkatkan fitur perbandingan dengan tempat wisata lain dengan menyediakan informasi yang lebih mendetail tentang keunggulan Dusun Semilir dibandingkan destinasi lainnya. Selain itu, agar pihak pengelola memperbaiki kualitas informasi yang disediakan dengan memastikan informasi yang relevan dan akurat untuk evaluasi yang lebih baik.
4. Untuk mengatasi batasan dalam penelitian ini, disarankan agar cakupan sampel diperluas sehingga lebih representatif dan mencerminkan populasi wisatawan yang lebih luas, sehingga hasilnya lebih akurat. Pengukuran *Electronic Word Of Mouth* juga sebaiknya mencakup lebih banyak platform online agar pengaruh dari berbagai sumber informasi dapat terukur secara lebih maksimal. Selain itu, untuk mengurangi subjektivitas dalam penilaian daya tarik wisata, disarankan menggunakan instrumen pengukuran yang lebih objektif dengan mempertimbangkan berbagai aspek daya tarik.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, Dusun Semilir dapat lebih efektif memanfaatkan pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan Keputusan Berkunjung wisatawan.