

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan Pengaruh *E-word of mouth*, Lokasi, Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen Kebumen) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *e-word of mouth* mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Menganti. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *e-word of mouth* yang beredar maka semakin tinggi keputusan berkunjung tersebut.
2. Variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Menganti. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik keadaan lokasi maka semakin tinggi keputusan untuk berkunjung tersebut.
3. Variabel daya tarik wisata mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Menganti. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik daya tarik wisata maka semakin tinggi keputusan untuk berkunjung tersebut.
4. Variabel keputusan berkunjung mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sering wisatawan berkunjung maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

5. Variabel *e-word of mouth* mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *e-word of mouth* yang beredar maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.
6. Variabel daya tarik wisata mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik daya tarik wisata maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.
7. Terdapat pengaruh *e-word of mouth*, lokasi, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung secara bersamaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik ketiga variabel tersebut maka semakin tinggi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pantai menganti.
8. Terdapat pengaruh antara *e-word of mouth* terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *e-word of mouth* yang beredar maka semakin tinggi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pantai menganti yang mengakibatkan semakin tingginya kepuasan pengunjung.
9. Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik keadaan lokasi maka semakin tinggi keputusan untuk berkunjung ke pantai menganti yang mengakibatkan semakin tingginya kepuasan pengunjung.
10. Terdapat pengaruh antara daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik daya tarik wisata maka semakin tinggi keputusan untuk berkunjung ke pantai menganti yang mengakibatkan semakin tingginya kepuasan pengunjung.

## 4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan terkait *electronic word of mouth*, lokasi dan daya tarik wisata. Adapun saran yang dibuat oleh peneliti didasarkan pada setiap item pertanyaan dan rata-rata skor dari jawaban responden. Rata-rata skor dari jawaban responden yang rendah akan peneliti beri saran sebagai pertimbangan perusahaan agar ditingkatkan lagi, tetapi untuk rata-rata skor dari jawaban responden setiap item pertanyaan yang tinggi akan peneliti beri saran sebagai pertimbangan perusahaan untuk mempertahankan hal tersebut. Adapun saran yang diberikan peneliti sebagai berikut :

### 1. Terkait *E-word of mouth*

- a. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa respon wisatawan paling rendah mengenai ketertarikan wisatawan untuk mengunggah foto maupun video ke media sosial, sehingga peneliti menyarankan pengelola untuk memberikan *reward* maupun imbalan bagi wisatawan yang bersedia mengunggah foto maupun video ke media sosial sehingga wisatawan lebih tertarik untuk mengunggah foto atau video ke media sosial mereka.
- b. Selain itu, berdasarkan rata-rata skor tertinggi sebesar 3,83 dengan pernyataan responden bahwa banyak ditemukan review mengenai Pantai Menganti di media sosial dan akurasi informasi yang ditemukan pun baik, oleh karena itu peneliti memberi saran kepada pengelola untuk tetap menggunakan media sosial sebagai tempat promosinya dan menambah akun resmi di media sosial lainnya untuk lebih menjangkau pengguna media sosial sebagai calon wisatawan.

### 2. Terkait Lokasi

- a. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa respon wisatawan dibawah rata-rata mengenai ketersediaan jalan yang bisa dilalu kendaraan roda empat, kemudahan akses jalan, keamanan akses jalan, ketersediaan transportasi umum, dan kondisi fasilitas toilet. Dari hasil penelitian tersebut, peneliti memberi saran kepada pengelola wisata untuk mengajukan bantuan terhadap pemerintah untuk memperbaiki akses jalan menuju lokasi wisata sehingga akses jalan lebih aman dan mudah untuk dilalui oleh para wisatawan. Sedangkan untuk kondisi toilet di Pantai Menganti, pengelola perlu memperhatikan dan merawat kebersihan fasilitas toilet yang ada mengingat kondisi toilet tersebut terlihat kotor tidak terawat dan jarang sekali tersedianya air bersih.
  - b. Selain itu, berdasarkan rata-rata skor tertinggi sebesar 3,59 dengan pernyataan responden bahwa pelayanan loket masuk yang diberikan sudah baik, oleh karena itu peneliti memberi saran kepada pengelola untuk tetap mempertahankan pelayanan yang ramah kepada para wisatawan sehingga wisatawan merasa nyaman.
3. Terkait Daya Tarik Wisata
- a. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa respon wisatawan dibawah rata-rata mengenai keindahan pasir putih dan souvenir yang ditawarkan kepada wisatawan. Peneliti memberi saran kepada pengelola wisata untuk menyediakan souvenir yang lebih bervariasi sehingga akan lebih menarik untuk dibeli.
  - b. Sedangkan pernyataan yang diatas rata-rata adalah ketersediaan spot foto, *camping ground*, dan fasilitas gazebo. Oleh karena itu peneliti memberi saran kepada pengelola wisata untuk mempertahankan atraksi wisata yang sudah ada dan menciptakan atraksi wisata lainnya yang menarik sehingga

wisatawan yang datang tidak hanya dapat menikmati keindahan alam namun melakukan kegiatan lain seperti *camping* dan *surfing*.