

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang diperoleh dan sudah dilakukan pengujian terhadap pengaruh aksesibilitas, daya tarik, *digital marketing*, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aksesibilitas

Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pariwisata di Kabupaten Banyumas bagian barat. Temuan ini menguatkan teori Inskeep (1991) menyatakan kemudahan akses menuju wisata merupakan salah satu faktor penentu keputusan berkunjung wisatawan serta daya tarik wisata.

2. Daya Tarik

Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pariwisata di Kabupaten Banyumas bagian barat. Hal tersebut sesuai dengan pendapat kotler & Keller (2016) dimana daya tarik merupakan faktor utama yang mempengaruhi persepsi dan preferensi konsumen dalam memilih tujuan wisata. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata merupakan keunikan, pemandangan dan keamanan wisata serta kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat.

3. *Digital Marketing*

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pariwisata di Kabupaten Banyumas bagian barat. Hal tersebut membuktikan bahwa digital marketing efektif dalam meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung pada objek wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menambahkan bahwa platform digital seperti media sosial atau situs web memungkinkan penyampaian data secara intraktif dan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.

4. *Fasilitas*

Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pariwisata di Kabupaten Banyumas bagian barat. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa fasilitas merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dan lengkap serta berfungsi menjadi pengaruh seseorang berkunjung pada pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat.

5. *Word Of Mouth*

Word of mouth tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada pariwisata di Kabupaten Banyumas. Hal ini terjadi karena ada beberapa alasan teoritis yang pertama menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam *Customer Behavior*, efektivitas WOM sangat bergantung terhadap kredibilitas sumber dan relevansi informasi yang disampaikan. Kedua,

dalam konteks wisata keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih dominan seperti fasilitas, daya tarik, *digital marketing* dan aksesibilitas. Yang memberi nilai tambah pada konsumen, sehingga WOM bisa jadi tidak berpengaruh. Ketiga, perilaku konsumen yang cenderung lebih tertarik mencari informasi melalui media digital dan resmi.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan terdapat saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat.

a. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil penelitian, aksesibilitas memiliki peran strategis dalam menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Inskeep (1991) menjelaskan bahwa kemudahan untuk mencapai dan menjelajahi wisata menjadi faktor kunci menentukan suatu daya tarik wisata. Aksesibilitas bukan hanya mencakup akses jalan menuju wisata, tetapi juga keterhubungan transportasi dan kejelasan petunjuk arah. Meskipun penilaian responden tinggi terhadap aksesibilitas. Peningkatan kualitas perlu untuk menjaga kenyamanan dan kemudahan akses bagi seluruh pengunjung, maka pengelola disarankan untuk memperbaiki dan memelihara infrastruktur transportasi menuju wisata agar aman dan nyaman, menambahkan rambu petunjuk arah agar memudahkan wisatawan

mengetahui letak wisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat. Akses jalan juga menjadi perhatian yang perlu di perhatikan lagi oleh pemerintah dan pengelola wisata agar para pengunjung merasakan keamanan dan kenyamanan berkendara. Peningkatan dalam akses menuju wisata diharapkan dapat memberikan citra yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan dapat menimbulkan keputusan berkunjung ulang wisatawan.

b. Daya Tarik

Daya tarik berperan penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung secara langsung pada pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat. Hal ini menunjukan bahwa daya tarik merupakan faktor utama dalam mempengaruhi wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung. oleh sebab itu pengelola wisata disarankan untuk terus meningkatkan daya tarik wisata dengan melakukan pengembangan keaslian dan keunikan wisata. Menurut Gunn (2002) daya tarik yang unik dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung karena pengalaman yang dirasakan. Pengembangan nilai budaya dan edukatif dapat meningkatkan nilai daya tarik wisata. pengembangan dan peningkatan wisata diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan.

c. *Digital marketing*

Digital marketing berpengaruh secara langsung kepada keputusan berkunjung wisatawan pada pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat. Hal tersebut menunjukan bahwa komunikasi

dan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media digital dapat meningkatkan minat dan keputusan berkunjung wisatawan dalam memperoleh informasi. Oleh sebab itu, maka pengelola wisata disarankan untuk melakukan pengoptimalan Media sosial. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), media sosial efektif untuk membangun hubungan dan pengaruh terhadap keputusan berkunjung karena sifatnya yang interaktif. Meningkatkan kualitas Website dan konten informasi mengenai daya tarik, harga tiket dan rute. Interaksi dan layanan pelanggan digital dimana pihak pengelola diharapkan menyediakan layanan komunikasi online yang responsif hal ini penting karena menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa komunikasi dua arah sangatlah penting untuk meningkatkan kepercayaan dan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Peningkatan ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan loyalitas kunjungan..

d. Fasilitas

Fasilitas merupakan peran pendukung utama yang sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung hal tersebut membuktikan ketersediaan fasilitas yang lengkap dan nyaman menjadi faktor penting bagi kenyamanan pengunjung, oleh karena itu pengelola destinasi wisata diharapkan untuk meningkatkan fasilitasnya dengan cara peningkatan fasilitas utama yaitu toilet, tempat ibadah, tempat istirahat dan area parkir. Menurut Supranto (2018), fasilitas yang memadai merupakan faktor penting

menciptakan kenyamanan pengunjung. Kemudian pengembangan fasilitas pendukung seperti restoran, toko souvenir dan lain-lain perlu dikembangkan untuk meningkatkan kenyamanan. Evaluasi dan penyesuaian dengan kebutuhan pengunjung pada bidang fasilitas untuk memudahkan dan memberi rasa nyaman sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.

e. *Word of mouth*

Word of mouth pada penelitian ini tidak berpengaruh pada keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan pada pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas bagian barat. Hal ini terjadi karena beberapa faktor seperti, keterbatasan jangkauan komunikasi, kurangnya pengalaman yang dibagikan dan para pengunjung lebih tertarik pada informasi media digital. Meski demikian WOM tetap memiliki potensi strategis sebagai alat promosi tidak langsung dan pengelola wisata disarankan pengelola wisata memberikan pengalaman wisata yang unik, aman dan nyaman sehingga para wisatawan tertarik untuk memberikan pengalamannya pada orang lain. Menurut Kotler & Keller (2016) pengalaman yang positif dapat meningkatkan kemungkinan WOM yang meyakinkan pengunjung. Pengelola perlu memanfaatkan media sosial dan platform review online untuk memfasilitasi WOM secara digital. Evaluasi dan pemantauan WOM maka pengelola perlu memantau feedback baik dari pengunjung

baik secara langsung ataupun secara digital untuk memastikan bahwa informasi yang beredar positif dan akurat.

2. Saran Bagi Peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya pentingnya memahami objek penelitian yang akan di teliti, perlunya menambahkan variabel yang baru untuk memperkuat penelitian dan untuk memastikan hasil penelitian lebih mendalam dan seimbang. Saran selanjutnya adalah memastikan responden yang akan di teliti sudah sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah pada prediksi model penelitian. Pada nilai *P-value* X_5 (*word of mout*) di atas 0,05 yang menjadikan *word of mout* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. hal tersebut menunjukan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi.