

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh *city branding*, daya tarik wisata, *electronic word of mouth (E-WOM)*, dan motivasi wisata terhadap minat berkunjung kembali ke kawasan wisata Kecamatan Baturraden, dapat disimpulkan hal – hal berikut :

1. *City branding* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa citra dan identitas destinasi yang dibangun melalui elemen – elemen *city branding* mampu meningkatkan persepsi positif wisatawan. Ketika suatu destinasi memiliki positioning yang kuat dan dikenal luas melalui identitas visual dan pengalaman yang ditawarkan, maka keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali cenderung meningkat.
2. Daya tarik wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Variasi daya tarik seperti keunikan budaya, keindahan alam, dan kemudian aksebilitas menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman wisata yang menyenangkan. Semakin tinggi daya tarik yang dirasakan wisatawan, maka semakin besar kemungkinan mereka melakukan kunjungan kembali.
3. *Electronic word of mouth (E-WOM)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Informasi yang disebarluaskan secara daring melalui media sosial, ulasan, dan testimoni wisatawan sebelumnya membentuk persepsi dan keyakinan calon pengunjung. Dampak *electronic word of mouth (E-WOM)* yang kuat terutama berasal dari persepsi keaslian, kredibilitas, dan relevansi informasi yang diterima, sehingga mampu mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.
4. Motivasi wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil ini menunjukkan bahwa alasan –

alasan personal yang melandasi keputusan untuk berwisata, seperti keinginan memperoleh pengalaman baru, menghilangkan stres, serta menikmati suasana alam bersama keluarga mendorong keputusan kunjungan kembali. Ketika motivasi ini terpenuhi dalam pengalaman sebelumnya, wisatawan cenderung memiliki ketertarikan untuk kembali berwisata ke tempat yang sama.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *city branding*, daya tarik wisata, *electronic word of mouth (E-WOM)*, dan motivasi wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada kawasan wisata Kecamatan Baturraden, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengelola wisata

Pengelola kawasan wisata yang ada di Kecamatan Baturraden diharapkan dapat mengambil peran aktif dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi melalui berbagai langkah strategis yang mampu memperkuat daya saing dan mempertahankan minat kunjungan wisatawan sebagai berikut :

a. Variabel *City Branding*

Pengelola wisata pada kawasan wisata yang ada di Kecamatan Baturraden dapat menerapkan strategi *city branding* dengan mengingkatkan eksistensi digital seperti aktif dalam media social resmi, situs web destinasi, dan google maps dengan konten visual dan cerita yang menarik, dengan mengajak pengunjung untuk membagikan pengalamannya. Libatkan komunitas lokas, seperti pelibatan masyarakat dalam promosi, pelayanan wisata, dan penyambutan wisatawan dengan pelatihan sebagai pemandu wisata lokal atau pelaku UMKM untuk menguatkan *city branding* sebagai wajah ramah Baturraden.

b. Variabel Daya Tarik Wisata

Pengelola kawasan wisata di Kecamatan Baturraden disarankan untuk menjaga dan mengelola daya tarik alam secara berkelanjutan

guna mendorong minat berkunjung kembali wisatawan. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pelestarian lingkungan, peningkatan aksebilitas, serta penyediaan fasilitas pendukung yang tetap menjaga keseimbangan ekologi.

c. Variabel *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*

Pengelola kawasan wisata di Kecamatan Baturraden disarankan untuk mengelola dan memanfaatkan *electronic word of mouth* (E-WOM) secara optimal sebagai sarana promosi yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung kembali wisatawan. Oleh karena itu, pengelola perlu membangun dan mengelola media digital resmi, seperti akun media sosial dan situs web, sebagai wadah penyebaran informasi, serta mendorong ulasan positif melalui peningkatan kualitas layanan dan keterlibatan aktif dalam merespon umpan balik pengunjung secara online.

d. Variabel Motivasi Wisata

Pengelola kawasan wisata di Kecamatan Baturraden disarankan untuk memahami tingkat kebutuhan wisatawan yang berbeda – beda guna mendorong minat kunjungan ulang. Oleh karena itu, pengelola perlu memastikan bahwa destinasi menyediakan fasilitas dasar yang aman dan nyaman, sekaligus menawarkan aktivitas yang memberi pengalaman baru, tantangan, atau nilai edukatif. Penyelarasan layanan dengan kebutuhan motivasional ini mencakup kepuasan jangka panjang dan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini masih terbatas pada variabel tertentu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, lebih luas bagi pengembangan dan relevan dengan kebutuhan wisatawan masa kini. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian untuk mengembangkan strategi pariwisata berkelanjutan.