

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada saat ini sektor pariwisata di Indonesia mengalami kenaikan. Persaingan ketat industri pariwisata menuntut beberapa tujuan, untuk membangun dan mempertahankan citra yang menguntungkan, untuk mengembangkan penawaran wisata yang menarik dan untuk mencapai kepuasan dan kesetiaan pengunjung bagi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Wisata Sakura Hills Karanganyar salah satu wisata yang mampu bersaing ditengah persaingan saat ini. maka dari itu peneliti tertarik terhadap obkjek Wisata Sakura Hills Karanganyar. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 384 responden, dengan teknik pengambilan sampel yakni teknik purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini memakai SmartPLS versi 3. Didapatkan hasil bahwa a) *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. b) Daya Tarik berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. c) *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. d) Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. e) Minat Berkunjung berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. f)

Electronic Word Of Mouth berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar. g) Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung Pada Pengunjung Wisata Sakura Hills Karanganyar

B. Implikasi dan Saran

Penelitian ini memiliki implikasi terhadap bertambahnya khasanah ilmu pengetahuan terutama yang memiliki kaitan dalam bidang manajemen pemasaran. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak sehingga hasil yang diberikan dapat memuat pengetahuan yang lebih luas lagi dan cakupan yang lebih besar.

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan simpulan yang telah disebutkan adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel selain dari mengenai Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening, diharapkan untuk dapat diketahui pengaruhnya dan menyempurnakan hasil dari penelitian.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan mencakup wilayah yang semakin meluas sehingga terdapat penyamarataan, penelitian

selanjutnya dapat menambah variabel lain terkait untuk meningkatkan pemasaran, penelitian selanjutnya bisa melakukan perbandingan pada objek lain yang tidak sama sehingga hasil penelitiannya dapat berkembang.

3. Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat diterapkan sebagai referensi penelitian berikutnya. Sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi penelitian yang memiliki minat meneliti tentang Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Minat Berkunjung sebagai Variabel Intervening.