

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan uji hipotesis yang diajukan mengenai pengaruh *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Taman Wisata Ngembag Kabupaten Ponorogo maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: secara parsial *event* pariwisata secara signifikan mempengaruhi keputusan berkunjung di Taman Wisata Ngembag Kabupaten Ponorogo. *Event* pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik Taman Wisata Ngembag di Kabupaten Ponorogo sebagai destinasi wisata. Berbagai kegiatan seperti festival budaya, pertunjukan seni, atau acara khas lokal mampu menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung. Keunikan dan keistimewaan dari event-event ini menjadi daya tarik tersendiri yang dapat membangkitkan minat wisatawan untuk datang dan menikmati suasana yang berbeda dari tempat wisata lainnya.

Variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Ngembag di Kabupaten Ponorogo. Promosi yang terencana dengan baik mampu membangun citra positif Taman Wisata Ngembag di mata calon pengunjung. Dengan menasar audiens yang tepat dan menyajikan informasi yang relevan, promosi dapat menjadi faktor penentu dalam memperkuat daya tarik

destinasi. Dampaknya, jumlah wisatawan yang berkunjung pun meningkat, sekaligus mendukung pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Ponorogo secara keseluruhan.

Variabel *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Ngembag di Kabupaten Ponorogo. Platform seperti media sosial, forum diskusi, dan situs review menjadi media utama di mana *E-WOM* berkembang, memungkinkan wisatawan untuk berbagi pengalaman positif yang dapat membangkitkan minat orang lain untuk berkunjung. Pengaruh *E-WOM* tidak hanya terletak pada kemampuannya menyebarkan informasi secara luas, tetapi juga pada tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan promosi konvensional. Oleh karena itu, *E-WOM* yang positif mampu meningkatkan citra Taman Wisata Ngembag, menarik lebih banyak pengunjung, dan mendukung pengembangan sektor pariwisata lokal secara berkelanjutan.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka implikasi dalam penelitian ini sebagai berikut: penelitian ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung. Terbukti variabel *event* pariwisata, promosi, dan *e-wom* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Perusahaan harus menyusun strategi *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* untuk menimbulkan keputusan berkunjung konsumen.

### C. Saran

Mengingat hasil dari penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Taman Wisata Ngembag diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* agar pengunjung merasa yakin nantinya akan berkunjung kembali di Taman Wisata Ngembag.

2. Saran Teoritis

Peneliti menyarankan untuk menambah variabel selain *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* untuk menilai aspek-aspek yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung mengingat variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas.

3. Saran Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan ilmu dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk menggunakan variabel *event* pariwisata, promosi, dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung.