BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 385 responden yang merupakan wisatawan Kemuning Sky Hills di Kabupaten Karanganyar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (sesuaikan dengan metode yang digunakan). Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi, daya tarik wisata, aksesibilitas, dan harga tiket masuk terhadap keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills. Semakin baik promosi yang dilakukan melalui berbagai media, semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk berkunjung.
2. Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills. Keunikan atraksi wisata, fasilitas, serta pengalaman yang diberikan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk memilih Kemuning Sky Hills sebagai destinasi wisata.
3. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills. Kemudahan akses menuju lokasi, kenyamanan perjalanan, serta tersedianya sarana pendukung menjadi faktor yang mendorong wisatawan dalam menentukan keputusan berkunjung.

4. Harga Tiket Masuk berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills. Harga tiket yang dianggap terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh mampu meningkatkan keyakinan wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan keputusan berkunjung wisatawan dapat diwujudkan melalui pengelolaan promosi yang efektif, pengembangan daya tarik wisata, peningkatan aksesibilitas, serta penetapan harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima wisatawan.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menginterpretasikan hasil penelitian maupun sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut

a. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu promosi, daya tarik wisata, aksesibilitas, dan harga tiket masuk untuk menjelaskan keputusan berkunjung. Sementara itu, masih terdapat berbagai faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan wisatawan, seperti kualitas pelayanan, fasilitas wisata, citra destinasi, electronic word of mouth (e-WOM), kepuasan wisatawan, pengalaman wisata, kualitas informasi digital, maupun pengaruh media sosial yang belum dianalisis dalam penelitian ini.
b. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional, sehingga data yang diperoleh hanya menggambarkan kondisi

wisatawan pada satu periode penelitian. Penelitian ini belum mampu menjelaskan perubahan persepsi wisatawan terhadap promosi, daya tarik wisata, aksesibilitas, harga tiket masuk, maupun keputusan berkunjung yang mungkin terjadi seiring dengan perubahan kondisi destinasi wisata dari waktu ke waktu

C. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis bahwa teori pemasaran dan perilaku konsumen mampu menjelaskan keputusan berkunjung wisatawan di Kemuning Sky Hills. Temuan penelitian menunjukkan bahwa promosi, daya tarik wisata, aksesibilitas, dan harga tiket masuk berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata dipengaruhi oleh informasi promosi yang diterima, daya tarik yang dimiliki destinasi, kemudahan akses menuju lokasi, serta persepsi terhadap harga tiket yang ditawarkan.

Secara praktis, Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Kemuning Sky Hills perlu meningkatkan kualitas promosi melalui media digital agar informasi mengenai destinasi wisata semakin luas dikenal masyarakat. Selain itu, pengelola juga perlu mempertahankan dan mengembangkan daya tarik wisata melalui penambahan atraksi, peningkatan fasilitas, serta peningkatan kualitas pelayanan sehingga mampu memberikan pengalaman wisata yang lebih baik.

D. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1) Bagi Pengelola Kemuning Sky Hills

Pengelola Kemuning Sky Hills disarankan untuk terus meningkatkan kualitas promosi melalui media digital dan media sosial agar informasi mengenai destinasi wisata dapat menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Selain itu, pengelola perlu mempertahankan serta mengembangkan daya tarik wisata dengan meningkatkan kualitas fasilitas, pelayanan, dan atraksi wisata. Pengelola juga diharapkan terus memperhatikan aksesibilitas menuju lokasi serta mempertahankan harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima wisatawan sehingga mampu meningkatkan keputusan berkunjung.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung, seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, fasilitas wisata, electronic word of mouth (e-WOM), kepuasan wisatawan, maupun minat berkunjung kembali. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek wisata lain atau menggunakan metode analisis yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

3) Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan dapat mendukung pengembangan Kemuning Sky Hills melalui peningkatan infrastruktur, perbaikan akses jalan, serta penyediaan sarana dan prasarana pendukung pariwisata. Dukungan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, memperkuat daya saing destinasi wisata, serta memberikan kontribusi terhadap perkembangan sektor pariwisata dan perekonomian daerah menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Selain itu, pengelola perlu mempertahankan serta mengembangkan daya tarik wisata dengan meningkatkan kualitas fasilitas, pelayanan, dan atraksi wisata. Pengelola juga diharapkan terus memperhatikan aksesibilitas menuju lokasi serta mempertahankan harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima wisatawan sehingga mampu meningkatkan keputusan berkunjung.