

BAB V

KESIPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah wisatawan menjangkau lokasi wisata, semakin baik kondisi jalan, semakin jelas petunjuk arah, serta semakin terjangkau waktu tempuh menuju lokasi, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang mudah digunakan, terjaga kebersihannya, lengkap, dan mudah dijangkau dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan sehingga mendorong keinginan untuk berkunjung kembali.
3. Promosi Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo, bahkan merupakan variabel dengan pengaruh paling dominan di

antara ketiga variabel bebas yang diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik konten yang disajikan, semakin konsisten aktivitas pemasaran melalui media sosial, semakin aktif interaksi dengan pengunjung, serta semakin mudah dipahami informasi yang dibagikan, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

4. Aksesibilitas, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi minat berkunjung kembali sebesar 47,5%, sedangkan sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, maupun pengalaman wisata.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

Mengenai hasil dari kesimpulan dalam penelitian di atas, maka dapat dikemukakan implikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata

alam. Penelitian ini membuktikan bahwa Aksesibilitas, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, baik secara parsial maupun simultan.

b. Implikasi Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Wisata Hutan Pinus Nongko Ijo perlu memprioritaskan optimalisasi promosi melalui media sosial karena merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi minat berkunjung kembali. Selain itu, pengelola juga perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas fasilitas, terutama kebersihan toilet dan kelengkapan sarana pendukung seperti musala, serta mempertahankan kemudahan akses menuju lokasi wisata melalui perawatan kondisi jalan dan penambahan petunjuk arah di titik-titik strategis. Kombinasi ketiga upaya tersebut diharapkan dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang secara berkelanjutan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak, baik bagi peneliti selanjutnya, masyarakat, maupun akademisi.

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang diduga memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, kualitas pelayanan, persepsi harga, atau pengalaman wisata (tourist experience). Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada destinasi wisata alam lain maupun menerapkan metode analisis yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

b. Bagi Masyarakat/Wisatawan

Wisatawan diharapkan dapat memanfaatkan informasi yang tersedia melalui media sosial sebagai sumber informasi mengenai destinasi wisata sebelum melakukan kunjungan. Selain itu, wisatawan diharapkan memberikan ulasan maupun masukan yang membangun terkait aksesibilitas, fasilitas, dan aktivitas promosi Hutan Pinus Nongko Ijo sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas destinasi wisata.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran pariwisata, khususnya mengenai pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali pada destinasi wisata alam. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain maupun menggunakan objek penelitian yang berbeda.