PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan dari penelitian "Pengaruh Promosi Digital, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Destinasi Wisata Lembah Wilis Kabupaten Madiun", dapat ditak kesimpulan sebagai berikut:

a. Promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata lembah wilis kabupaten Madiun. Artinya semakin tinggi promosi digital yang dilakukan destinasi wisata, maka semakin meningkatkan leputusan berkunjung wisatawan.
b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata lembah wilis kabupaten Madiun. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dapat meningkatkan kenyamanan serta meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.
c. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata lembah wilis kabupaten Madiun. Artinya semakin menarik daya tarik suatu destinasi wisata, maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

d. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata lembah wilis kabupaten Madiun. Artinya kemudahan akses menuju lokasi suatu destinasi wisata berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.
e. Promosi digital, kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata Lembah Wilis Kabupaten Madiun. Artinya keputusan wisatawan untuk berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi secara bersama-sama oleh promosi digital yang efektif, kualitas pelayanan yang baik, daya tarik wisata yang menarik, serta aksesibilitas yang mudah dijangkau.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Digital, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Aksesibilitas merupakan faktor utama yang memengaruhi Keputusan Berkunjung wisatawan pada Destinasi Wisata Lembah Wilis Kabupaten Madiun. Temuan tersebut menjawab rumusan masalah penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat teori pemasaran pariwisata yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh efektivitas promosi

digital, kualitas pelayanan, daya tarik destinasi wisata, dan kemudahan akses menuju lokasi wisata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan Destinasi Wisata Lembah Wilis Kabupaten Madiun perlu dilakukan secara terintegrasi melalui optimalisasi promosi digital, peningkatan kualitas pelayanan, pemeliharaan daya tarik wisata, serta penyediaan aksesibilitas yang baik. Apabila keempat faktor tersebut dikelola secara konsisten, maka citra Destinasi Wisata Lembah Wilis di mata wisatawan akan semakin baik, sehingga dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung serta memperkuat daya saing destinasi wisata dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Madiun.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang diajukan peneliti yang dapat dipertimbangkan oleh pengelola objek wisata dan juga untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata

   Pengelola disarankan untuk terus meningkatkan efektivitas promosi digital dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial secara aktif serta menyajikan informasi yang akurat mengenai fasilitas, harga tiket, lokasi, dan kegiatan wisata. Selain itu, kualitas pelayanan perlu terus ditingkatkan, khususnya pada saat jumlah pengunjung meningkat, agar kenyamanan wisatawan tetap terjaga.

Pengelola juga perlu mempertahankan dan mengembangkan daya tarik wisata melalui pemeliharaan lingkungan, penambahan fasilitas pendukung, serta inovasi atraksi wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Di samping itu, aksesibilitas menuju lokasi wisata perlu terus dijaga dengan memastikan kondisi jalan tetap baik, memperbarui petunjuk arah apabila diperlukan, dan menyediakan informasi akses yang mudah dipahami melalui media digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu promosi digital, kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan aksesibilitas terbukti berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Namun, masih terdapat faktor-faktor lain di luar variabel penelitian yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang relevan, seperti citra destinasi (*destination image*), harga tiket, *electronic word of mouth* (e-WOM), fasilitas wisata, persepsi nilai (*perceived value*), maupun kualitas pengalaman wisata (*tourist experience*), sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.