

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisata Monumen Kresek Madiun, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Monumen Kresek Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik yang dimiliki Monumen Kresek, dari segi nilai sejarah, maupun pengalaman edukatif yang ditawarkan, mampu memberikan kesan mendalam bagi para pengunjung. Daya tarik tersebut tidak hanya berhasil menarik kunjungan awal, tetapi juga mendorong terciptanya keinginan untuk kembali datang di masa mendatang.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Monumen Kresek Madiun. Hal ini menunjukkan bahwasanya fasilitas yang tersedia di Monumen Kresek dapat memberikan kontribusi dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan selama kunjungan, yang pada akhirnya mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata tersebut.

3. Promosi Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung kembali pada Monumen Kresek Madiun. Hal ini menunjukkan bahwasanya melalui promosi media sosial, informasi mengenai Monumen Kresek dapat disampaikan secara luas, cepat, dan menarik, sehingga mampu menjangkau lebih banyak audiens serta memperkuat daya tarik destinasi di mata wisatawan.

B. Implikasi dan Saran

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks pariwisata. Temuan ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur di bidang pemasaran pariwisata, tetapi juga memiliki nilai praktis bagi pengelola destinasi dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak variabel maupun pendekatan metodologis yang berbeda, agar hasil yang diperoleh mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam, komprehensif, serta aplikatif bagi pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel lain di luar daya tarik, fasilitas, dan promosi media sosial yang berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali, guna mengetahui sejauh mana

kontribusi variabel-variabel tersebut serta menyempurnakan hasil temuan dari penelitian ini.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan mengeksplorasi variabel-variabel lain yang relevan, menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam, serta melibatkan objek penelitian yang berbeda atau lebih luas. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, menguji konsistensi temuan dalam konteks yang berbeda, serta memperkaya literatur di bidang manajemen pemasaran khususnya pariwisata.

3. Saran Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya, khususnya sebagai bahan kajian pustaka bagi peneliti yang tertarik untuk meneliti topik terkait pengaruh daya tarik, fasilitas, dan promosi media sosial terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini dapat memberikan landasan teoritis awal dalam memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengunjung dalam konteks pariwisata.