BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Situ Wulukut. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi daya tarik suatu destinasi wisata, seperti keindahan alam, fasilitas, atraksi, dan kenyamanan, maka akan semakin tinggi pula minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut.
2. Promosi Media Sosial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Situ Wulukut. Semakin intens dan menarik promosi yang dilakukan melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube, maka semakin besar kemungkinan wisatawan tertarik untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut.
3. Citra Destinasi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Situ Wulukut. Citra yang terbentuk secara positif akan menumbuhkan loyalitas wisatawan dan menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman berkesan.
4. Citra Destinasi memoderasi hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Situ Wulukut secara signifikan dengan arah pengaruh negatif. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi merupakan variabel moderasi quasi, karena selain memiliki pengaruh langsung terhadap Minat Kunjung Ulang, interaksinya dengan Daya Tarik Wisata justru memperlemah terhadap minat kunjung ulang.
5. Citra Destinasi memoderasi hubungan antara Promosi Media Sosial dan Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Situ Wulukut secara signifikan. Hal ini menunjukan bahwa Citra Destinasi merupakan variabel moderasi quasi, karena selain memiliki pengaruh langsung terhadap Minat Kunjung Ulang, interaksinya dengan Promosi Media Sosial memperkuat pengaru terhadap Minat Kunjung Ulang. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra positif suatu

destinasi, semakin efektif promosi melalui media sosial dalam mendorong kunjungan ulang.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bersasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 400 responden diperoleh dari pernyataan pada variabel daya tarik wisata pada pernyataan no 3 dengan indikator aksesibilitas memiliki skor terendah, maka diperlukan perbaikan infrastruktur jalan, penambahan petunjuk arah yang jelas, serta dukungan transportasi umum atau integrasi dengan layanan transportasi daring untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam mencapai lokasi.
2. Bersasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 400 responden diperoleh dari pernyataan pada variabel promosi media sosial pada pernyataan no 2 dengan indikator jangkauan promosi memiliki skor terendah, maka upaya promosi digital perlu ditingkatkan. Pengelola disarankan untuk memperkuat kehadiran destinasi di berbagai platform media sosial melalui konten visual yang menarik, informasi yang lengkap dan akurat, serta interaksi yang aktif dengan pengikut.
3. Bersasarkan hasil kuesioner yang telah diberikan kepada 400 responden diperoleh dari pernyataan pada variabel citra destinasi pada pernyataan no 1 dengan indikator *Cognitive Image* memiliki skor terendah, maka citra destinasi perlu dibangun secara lebih masif dan terarah. Untuk itu, penting bagi pengelola untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, menjaga kualitas pelayanan, serta mendorong ulasan positif dari pengunjung melalui media sosial. Citra yang baik tidak hanya menarik wisatawan baru, tetapi juga memperkuat loyalitas kunjungan ulang dari wisatawan yang pernah berkunjung sebelumnya.
4. Bagi Pengelola Destinasi Wisata disarankan untuk terus meningkatkan kualitas daya tarik wisata, baik dari segi atraksi, fasilitas, maupun pelayanan. Upaya ini dapat dilakukan dengan menambahkan spot-spot wisata baru yang unik, memperbaiki infrastruktur, menjaga kebersihan lingkungan, dan

mengembangkan aktivitas wisata yang interaktif serta edukatif. Semakin tinggi daya tarik wisata yang ditawarkan, maka peluang kunjungan ulang oleh wisatawan juga akan meningkat. Serta mengembangkan promosi media sosial sehingga pengunjung dapat melihat daya tarik wisata lewat sosial media agar menarik penonton untuk berkunjung ke wisata situ wulukut,

5. Bagi Penelitian Selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, salah satunya adalah keterbatasan pada ruang lingkup wilayah dan objek yang diteliti. Untuk itu, peneliti selanjutnya disarankan agar dapat memperluas jangkauan penelitian, menambahkan variabel lain seperti kepuasan wisatawan atau kualitas pelayanan, guna mendapatkan hasil yang lebih mendalam.