

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mengenai “Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Cibulan (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)” menghasilkan 4 hipotesis pada bab sebelumnya, adapun pengujian hipotesis secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pemasaran digital secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung. Dalam penelitian ini, minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Cibulan tidak dipengaruhi oleh pemasaran digital. Artinya, masyarakat tidak terlalu memperhatikan pemasaran digital dalam bentuk promosi ketika memutuskan untuk berkunjung ke objek wisata Cibulan.
2. Citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Artinya, semakin baik citra destinasi objek wisata Cibulan, maka semakin berpengaruh terhadap meningkatnya minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Cibulan.
3. Fasilitas wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Artinya, semakin baik fasilitas wisata yang tersedia di objek wisata Cibulan, maka berpengaruh terhadap meningkatnya minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Cibulan.
4. Pemasaran digital, citra destinasi dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Artinya, semakin baik pemasaran digital, citra destinasi dan fasilitas wisatanya maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Cibulan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu penelitian memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan mendatang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian melalui variabel pemasaran digital dengan indikator konten memperoleh skor dengan nilai terkecil. Saran yang dapat penulis berikan terhadap pengelola objek wisata Cibulan diharapkan agar pengelola meningkatkan promosi melalui media sosial dengan konten yang menarik agar wisatawan lebih mengenal tentang objek wisata Cibulan.
2. Dari hasil penelitian melalui variabel citra destinasi dengan indikator atraksi sejarah/budaya memperoleh skor dengan nilai terkecil. Saran yang dapat penulis berikan terhadap pengelola objek wisata Cibulan diharapkan agar menambah tempat rekreasi, misalnya dengan membuat kolam buih untuk anak-anak yang membuat hiburan di objek wisata Cibulan lebih beragam. Dari hasil penelitian melalui variabel fasilitas wisata dengan indikator lokasi fasilitas memperoleh nilai terkecil. Saran yang dapat penulis berikan terhadap pengelola objek wisata cibulan diharapkan agar pengelola mengembangkan fasilitas yang tersedia. Misalnya, menyiadakan papan informasi atau peta di titik-titik area objek wisata terkait lokasi fasilitas seperti Mushola, tempat istirahat dan fasilitas lainnya untuk membantu pengunjung mendapatkan informasi tentang objek wisata Cibulan.
3. Dari hasil penelitian melalui variabel minat berkunjung dengan indikator ketertarikan memperoleh nilai terkecil. Saran yang dapat penulis berikan terhadap pengelola objek wisata Cibulan diharapkan memahami preferensi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pengunjung potensial. Ini bisa mencakup faktor seperti keunikan destinasi, aksesibilitas, harga, promosi dan rekomendasi dari teman atau keluarga.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan dalam penelitian tentang variabel pemasaran digital, citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen. Selain itu,

bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar mampu mengembangkan hasil penelitian ini sehingga dengan begitu dapat menemukan temuan baru yang lebih komperhensif dan menambah ilmu pengetahuan.