

V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Traveler blog* berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.
2. Daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.
3. Citra destinasi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.
4. Kepuasan pengunjung dapat memediasi pengaruh *traveler blog* terhadap minat berkunjung kembali
5. Kepuasan pengunjung dapat memediasi pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung kembali.
6. Kepuasan pengunjung dapat memediasi pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali.
7. Kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

B. Implikasi

1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disajikan implikasi manajerial sebagai berikut:

- a. Pemerintah daerah perlu memberikan dukungan terhadap pihak pengelola objek wisata Guci guna meningkatkan daya tarik wisata melalui pelatihan atau *workshop* kepada pihak pengelola untuk

meningkatkan kompetensi dalam memajukan kualitas objek wisata Guci.

- b. Pengelola Guci dapat bekerjasama dengan pihak tertentu dalam rangka membangun dan mengembangkan potensi wisata yang ada di sekitar Guci. Dengan adanya kerjasama yang terjalin diharapkan bisa menemukan peluang dalam meningkatkan kualitas objek wisata Guci dan keinginan pengunjung.
- c. Traveler blog, Daya tarik, dan citra destinasi merupakan aspek penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali ke objek wisata Guci. Pengelola guci setidaknya meningkatkan daya tarik wisata guna mempertahankan atau meningkatkan kunjungan wisatwan ke objek wisata Guci.
- d. Pihak pengelola Guci diharapkan melaksanakan aturan-aturan yang berlaku di lingkungan objek wisata Guci dengan tegas untuk menjaga citra destinasi.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel yang relevan seperti penelitian yang dilakukan Aziz et al. (2022) yang menggunakan variabel *Electronic Word Of Mouth*, penelitian Evelynna (2022) yang menggunakan variabel social media marketing, dan penelitian Gultom et al. (2021) menggunakan variabel kualitas pelayanan.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi sebesar 38,2 %, variasi perubahan variabel minat berkunjung kembali dijelaskan dalam perubahan variabel *traveler blog* (X1), daya tarik (X2), citra destinasi (X3) dan kepuasan pengunjung (M). Nilai koefisien determinasi yang didapat termasuk kecil dan sebesar 61,8 % dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

D. Saran

Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel yang relevan seperti penelitian yang dilakukan Aziz et al. (2022) yang menggunakan variabel *Electronic Word Of Mouth*, penelitian Evelyn (2022) yang menggunakan variabel *social media marketing*, dan penelitian Gultom et al. (2021) menggunakan variabel kualitas pelayanan.

