

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
- b. Citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
- c. Media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi berkunjung
- d. Citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi berkunjung
- e. Motivasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
- f. Media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui motivasi
- g. Citra destinasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui motivasi

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak yang berkepentingan, serta dapat menjadi referensi literatur, pengetahuan, serta wawasan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya mengenai media sosial dan destinasi wisata Kabupaten Banyumas. Namun dalam penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang ditolak. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, variabel motivasi berpengaruh negatif terhadap keputusan berkunjung dan

tidak berhasil untuk berperan sebagai mediator antara media sosial dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung, sehingga diharapkan kepada peneliti yang akan mengambil topik yang relevan mengenai destinasi wisata dapat lebih mengeksplorasi lebih dalam dengan menambahkan variabel dependen lain atau mengganti variabel motivasi dengan variabel lain sebagai mediasi.

2. Implikasi Managerial

Terdapat banyak manfaat dari hasil penelitian ini, terutama dalam bidang pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa media sosial dan citra destinasi memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Beberapa rekomendasi yang dapat digunakan oleh pengelola wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan diantaranya yaitu:

a. Rekomendasi berdasarkan Media Sosial

Pengelola destinasi wisata diharapkan kedepannya lebih memperhatikan sosial media yang dimiliki agar dapat dimanfaatkan lebih optimal dengan rutin membuat konten berupa foto atau video yang berisi mengenai informasi destinasi wisata yang dikelola dengan kualitas yang baik agar dapat meningkatkan ketertarikan calon wisatawan. Kemudian pastikan bahwa informasi yang diberikan kepada wisatawan melalui media sosial mudah untuk dipahami, lengkap, terkini, dan akurat. Konten yang disebar harus konsisten agar dapat menambah engagement calon wisatawan yang sedang mencari informasi mengenai destinasi wisata. Sering berinteraksi dengan wisatawan pengguna media sosial pada akun sosial media yang dimiliki suatu destinasi wisata juga penting agar kedepannya memungkinkan dapat meningkatkan jumlah

pengikut dan kemudian juga terjadi peningkatan jumlah wisatawan.

b. Rekomendasi berdasarkan Citra Destinasi

Menjaga citra yang baik bagi suatu destinasi wisata merupakan hal yang perlu untuk diperhatikan. Suatu destinasi wisata yang memiliki citra baik, dapat meningkatkan ketertarikan seorang wisatawan yang akhirnya dapat mempengaruhi keputusan kedepan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian disimpulkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung seorang wisatawan. Untuk memiliki citra destinasi wisata yang baik, suatu destinasi wisata perlu untuk memperhatikan kenyamanan, keamanan, kebersihan, pelayanan, harga tiket dan fasilitas bagi wisatawan. Selain itu, menambah pilihan atraksi atau kegiatan pada suatu destinasi wisata juga dapat lebih menarik wisatawan untuk berkunjung.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu jawaban kuesioner yang didapatkan dalam penelitian ini kurang bervariasi karena responden didominasi oleh pelajar atau mahasiswa dengan kelompok umur 17-25 tahun sebagai pengguna media sosial yang lebih aktif. Selain itu, penelitian ini hanya mencakup area tempat wisata yang ada di Kabupaten Banyumas sehingga tidak dapat menggambarkan keadaan daerah lain. Adanya variasi data yang menyebar dan tidak terdistribusi dengan normal sehingga model yang diteliti memiliki kecocokan yang rendah atau marginal fit juga merupakan salah satu kelemahan dalam penelitian ini. Kemudian dikarenakan motivasi tidak berhasil mediasi dalam penelitian ini, maka perlu adanya pengkajian ulang

dengan memperluas cakupan daerah penelitian sehingga responden dapat lebih bervariasi, atau lebih berfokus pada satu jenis destinasi wisata saja. Penelitian di masa depan dapat memasukkan konstruk tersebut pada model yang diusulkan dan menggali lebih dalam peran dari masing-masing konstruk.

