

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya, semakin baik fasilitas yang disuguhkan oleh Obyek Wisata Pantai Menganti yang meliputi penginapan atau villa, rumah makan yang menyediakan menu beragam, transportasi untuk berkeliling, *stand photo*, toko *souvenir* yang sangat beragam, dan pusat layanan informasi akan diikuti dengan meningkatnya keputusan berkunjung wisatawan terhadap obyek wisata tersebut.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Artinya, semakin banyak promosi yang didapatkan wisatawan mengenai Obyek Wisata Pantai Menganti yang meliputi memberikan informasi yang jelas, memberikan tiket untuk menikmati fasilitas yang disediakan, terlibat dalam berbagai acara dan memperkenalkan wisata melalui pemasaran digital akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan terhadap Obyek Wisata Pantai Menganti tersebut.
3. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya, semakin tinggi *Electronic Word of Mouth* yang didapatkan wisatawan mengenai Obyek Wisata Pantai Menganti, yang meliputi media sosial yang mempermudah EWOM, media sosial yang

membantu mendapatkan informasi, mengetahui usaha orang lain dalam mempromosikan, dan menerima saran dari orang lain akan semakin menarik perhatian wisatawan yang akan berdampak pada keputusan untuk berkunjung terhadap Obyek Wisata Pantai Menganti.

4. Citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya, semakin positif persepsi wisatawan mengenai Obyek Wisata Pantai Menganti, meliputi konsep yang modern, mampu memberikan manfaat bagi responden, dan nama yang familiar bagi responden maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan terhadap Obyek Wisata Pantai Menganti.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Sebagai penelitian empiris, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Obyek Wisata Pantai Menganti sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan meningkatkan fasilitas, promosi, *electronic word of mouth*, dan citra destinasi agar semakin banyak wisatawan yang melakukan kunjungan terhadap Obyek Wisata Pantai Menganti. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan Obyek Wisata Pantai Menganti untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, antara lain:

- a. Keputusan kunjungan Obyek Wisata Pantai Menganti dapat ditingkatkan dengan menambahkan fasilitas yang lebih menarik lagi, seperti fasilitas *outbond flying fox* ataupun fasilitas seperti kereta gantung. Hal tersebut dilakukan untuk membuat wisatawan

lebih merasa tidak bosan dalam melakukan kunjungan ke Obyek Wisata Pantai Menganti.

- b. Keputusan kunjungan wisatawan pada Obyek Wisata Pantai Menganti juga dapat ditingkatkan dengan memaksimalkan kegiatan promosi yang selama ini telah dilakukan, baik melalui media cetak maupun elektronik, misalnya bekerjasama dengan stasiun televisi swasta untuk mengiklankan Obyek Wisata Pantai Menganti. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas lebih mengenal obyek wisata Pantai Menganti dengan lebih baik sehingga masyarakat diluar kabupaten Kebumen tertarik untuk melakukan kunjungan ke Obyek Wisata Pantai Menganti.
- c. Keputusan kunjungan wisatawan pada Obyek Wisata Pantai Menganti dapat lebih baik apabila manajemen obyek wisata dapat membuat wadah untuk wisatawan berbagi pengalaman, kritik maupun saran mengenai Obyek Wisata Pantai Menganti baik tulisan, video dan photo di media sosial Facebook. Hal tersebut dikarenakan mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan media sosial Facebook sebagai sarana informasi dan berbagi pengalaman mengenai Obyek Wisata Pantai Menganti.
- d. Untuk meningkatkan citra positif Obyek Wisata Pantai Menganti, pengelola dapat memberikan kesan seperti meningkatkan pelayanan wisata, memperbaiki sarana dan prasarana serta akses jalan, sehingga membuat wisatawan merasa nyaman di Obyek

Wisata Pantai Menganti dan citra Pantai Menganti semakin baik dimata wisatawan.

2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan :

- a. Menambahkan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung seperti variabel harga, dan lokasi.
- b. Penelitian diperluas tidak hanya untuk responden yang memiliki media sosial, dapat juga yang tidak memiliki media sosial untuk menjadi respondennya.

C. Keterbatasan

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain :

1. Pada penelitian ini diperoleh keterbatasan pada nilai *adjusted R Square* sebesar 0,369 atau sebesar 36,9 persen, nilai tersebut kurang dari 50 persen dan dapat dikatakan mempunyai nilai yang kecil. Hal ini merupakan kendala bagi peneliti untuk melakukan penyusunan yang mendekati sempurna, namun demikian bukan berarti hasil penelitian tidak valid dan reliabel.
2. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah wisatawan Pantai Menganti Kebumen tidak terbiasa menjadi responden dan asing

dengan bahasa penelitian sehingga dibutuhkan adanya penjelasan dan pendampingan secara penuh dalam pengisian kuesioner.

3. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan hanya kepada responden yang menggunakan media sosial, sehingga mempersempit penyebaran kuesioner yang menjadikan responden kurang heterogen.