

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Social Media*, *Word of Mouth*, dan *Accessibility* terhadap *Decision Visit* wisatawan ke Wisata Bernah De Vallei Kembangbelor, Pacet, Mojokerto, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara simultan (Uji F) membuktikan bahwa variabel *Social Media*, *Word of Mouth*, dan *Accessibility* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Decision Visit* wisatawan ke Wisata Bernah De Vallei Kembangbelor, Pacet, Mojokerto.
2. Hasil analisis secara parsial (Uji T) menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:
 - a. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa variabel *Social Media* secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Decision Visit* wisatawan ke Wisata Bernah De Vallei Kembangbelor, Pacet, Mojokerto.
 - b. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa variabel *Word of Mouth* secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Decision Visit* wisatawan ke Wisata Bernah De Vallei Kembangbelor, Pacet, Mojokerto.
 - c. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa variabel *Accessibility* secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Decision Visit* wisatawan ke Wisata Bernah De Vallei Kembangbelor, Pacet, Mojokerto.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Bernah De Vallei Pengelola Wisata Bernah De Vallei disarankan untuk terus mengembangkan kualitas dan kreativitas konten media sosial dengan menghadirkan informasi yang menarik, mutakhir, dan relevan guna mendorong minat dan keputusan berkunjung wisatawan. Di samping itu, pengelola juga perlu mendorong terbentuknya word of mouth yang bernilai positif melalui peningkatan mutu pelayanan, kelengkapan fasilitas, dan kualitas pengalaman wisata, agar pengunjung merasa terpuaskan dan dengan penuh kerelaan merekomendasikan Wisata Bernah De Vallei kepada orang-orang di sekitar mereka. Hal yang paling mendasar adalah perlunya perhatian serius dari pengelola dalam meningkatkan aksesibilitas menuju lokasi wisata, yang mencakup pembenahan kondisi jalan, penambahan petunjuk arah yang lebih jelas dan informatif, perluasan area parkir, serta penjaminan ketersediaan jaringan seluler yang memadai di seluruh kawasan wisata, mengingat aksesibilitas terbukti menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Peneliti yang akan mengembangkan kajian serupa disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang diduga turut berkontribusi terhadap decision visit wisatawan, seperti daya tarik wisata, kualitas pelayanan, fasilitas

wisata, maupun harga tiket, seiring dengan dinamika perkembangan tren pariwisata dan perilaku wisatawan yang terus berubah. Melalui penambahan variabel tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif, serta memberikan sumbangan yang bermakna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang administrasi bisnis dan manajemen pemasaran pariwisata.

3. Bagi Wisatawan Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang bermanfaat bagi wisatawan mengenai pentingnya mempertimbangkan berbagai aspek sebelum menetapkan keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata, terutama yang berkaitan dengan kondisi aksesibilitas, informasi yang tersebar melalui media sosial, serta rekomendasi dari orang-orang terdekat, sehingga wisatawan dapat bersikap lebih cermat dan selektif dalam merencanakan perjalanan wisata yang menyenangkan dan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

