

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik, lokasi, harga, dan *elektronik word of mouth* (EWOM) terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening. Data diolah menggunakan program komputer SPSS 27. Dengan melibatkan 100 responden dari wisatawan lokal pada tahun 2023, hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Variabel daya tarik secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening . Dengan nilai uji t yang memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.615 >$ t tabel $1,661$ serta nilai sig (signifikansi) $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ yang memiliki arti signifikansi.
2. Variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening . Dengan nilai uji t yang memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.538 >$ t tabel $1,661$ serta nilai sig (signifikansi) $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ yang memiliki arti signifikansi.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening . Dengan nilai uji t yang memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.059 >$ t tabel $1,661$ serta nilai sig (signifikansi) $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ yang memiliki arti signifikansi.
4. Variabel *e word of mouth* (EWOM) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Embun Bening. Dengan nilai uji t memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.593 >$ t tabel $1,661$ serta nilai sig (signifikansi) $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ yang memiliki arti signifikansi.

B. Saran

Dari kesimpulan penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi pihak pengelola wisata Embun Bening

Melalui penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai peningkatan sebesar $9,3\%$, dan variabel eWOM mempunyai peningkatan sebesar $9,6\%$. kedua variabel ini mempunyai peningkatan yang sangat kecil diantara variabel daya tarik dan harga . pertama-tama diharapkan agar pihak pengelola obyek wisata dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari sisi

harga, maka pihak pengelola perlu menerapkan harga yang kompetitif. Kedua, pihak pengelola dapat melakukan pengembangan dengan meningkatkan kredibilitas pesan dari ulasan yang diberikan pelanggan. Misalkan seperti menambahkan elemen foto atau video yang dapat diunggah oleh pengguna untuk memperkuat ulasan yang diberikanya. Selain itu pihak pengelola dapat menciptakan ruang untuk antar pengunjung dengan pemberi ulasan untuk dapat saling berkomunikasi melalui kolom komentar yang tersedia.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Melalui penelitian ini menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi variabel independen X mempunyai pengaruh sebesar 73,9% dan sisanya sebesar 26,1% mungkin dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain. Seperti, brand image, brand perception, celebrity endorser, dan sebagainya.

