

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini membuktikan bahwa jika e-WOM meningkat maka minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Kota Malang akan menurun.
2. Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini membuktikan bahwa daya tarik di Kota Malang memiliki berbagai objek wisata alam yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Kota Malang.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya lokasi yang mudah untuk dilalui dan dijangkau oleh alat transportasi serta lingkungan yang mendukung di Kota Malang akan meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Kota Malang.
4. Model Minat Berkunjung dapat diketahui bahwasannya variabel Daya Tarik dan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Sedangkan variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Kota Malang.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Studi Lanjutan mengenai Pengaruh e-WOM: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai mekanisme dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengaruh *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap minat berkunjung. Hal ini dapat meliputi analisis lebih

mendalam tentang jenis konten e-WOM yang paling berpengaruh, sumber e-WOM yang paling dipercaya oleh wisatawan, dan cara-cara untuk meningkatkan efektivitas e-WOM dalam mempengaruhi minat berkunjung.

2. Analisis Lebih Mendalam Mengenai Daya Tarik Wisata: Penelitian lanjutan dapat fokus pada analisis lebih mendalam mengenai faktor-faktor apa yang membuat daya tarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Hal ini dapat meliputi aspek-aspek seperti keunikan budaya, keindahan alam, atraksi wisata, dan fasilitas pendukung lainnya yang menjadi faktor penentu dalam menarik minat wisatawan.
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Wisatawan: Studi lebih lanjut juga dapat dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh lokasi terhadap minat wisatawan. Hal ini dapat meliputi analisis tentang aksesibilitas, ketersediaan transportasi, dan faktor-faktor geografis lainnya yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih tempat wisata tersebut sebagai destinasi perjalanan.
4. Perbandingan dengan Destinasi Wisata Lain: Penelitian perbandingan antara tempat wisata yang diteliti dengan destinasi wisata lainnya dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan tempat wisata tersebut sebagai destinasi wisata, serta memperkuat strategi pengembangan pariwisata di kota tersebut.
5. Untuk meningkatkan generalisasi temuan, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih besar.