

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan dari uji parsial pada *word of mouth* memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar (-0,462) lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  0,667 dengan nilai signifikan 0,645 > 0,5 yang berarti variabel *word of mouth* tidak berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang.
2. Berdasarkan dari uji parsial pada variabel daya tarik wisata memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 5,135 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  0,667 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti variabel daya tarik wisata berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang.
3. Berdasarkan uji simultan (serempak) dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$  >  $F_{tabel}$  yaitu 13,119 > 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh secara bersamaan (serempak) terhadap variabel terikat sehingga hipotesis ke tiga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
4. Berdasarkan pada hasil pembahasan pada bab 4 bahwa variabel *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang sedangkan variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Dan secara bersamaan *word of*

*mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh secara bersamaan terhadap minat kunjungan ulang pada wisata Sabah Julu kabupaten Pakpak Bharat.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwasanya *word of mouth* tidak mempengaruhi minat berkunjung ulang disarankan, supaya pihak manajemen atau pengelola wisata untuk tidak lebih fokus ke *word of mouth* lagi. Pihak manajemen mungkin bisa lebih memperhatikan atau bahkan mengganti variabel *word of mouth* sebagai sarana untuk melakukan pemasaran seperti lebih menambahkan kualitas pelayanan yang baik atau mencari tau feedback dari pengunjung sebagai bahan perubahan kedepannya supaya dapat memenuhi keinginan para pengunjung sehingga pengunjung berminat untuk melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan dari hasil penelitian, daya tarik wisata merupakan faktor paling dominan mempengaruhi minat kunjungan ulang, maka bagi pengelola wisata Sabah Julu disarankan agar lebih memperhatikan serta meningkatkan daya tarik wisata, meningkatkan kenyamanan wisatawan dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan, atau dapat juga dengan memposting di media sosial daya tarik yang menarik yang ada diwisata ini dengan membuat konten spot selvie dan luas persawahan yang ada di wisata ini, dengan kepercayaan yang dapat menimbulkan kesan yang baik sehingga para wisatawan mau menyebar informasi yang positif tentang wisata Sabah Julu kepada pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada objek wisata, maka disarankan untuk menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.