

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan SmartPls yang diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada 150 responden mengenai “Pengaruh Pengembangan Wahana Wisata Dan Keindahan Alam Terhadap Minat berkunjung ulang Wisatawan Melalui Daya Tarik Sebagai Variabel Mediasi”, dan pembahasan yang telah dikemukakan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan Wahana Wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung ulang (Y) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 2,494, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,205, dan nilai *P values* sebesar 0,013. Artinya semakin tinggi (bagus) pengembangan wahana wisata pada Kopi Botanika maka akan meningkatkan minat berkunjung ulang konsumen.
2. Keindahan Alam (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung ulang (Y) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 2,669, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,215, dan nilai *P values* sebesar 0,008. Artinya semakin tinggi (bagus) keindahan alam pada Kopi Botanika maka akan meningkatkan minat berkunjung ulang konsumen.
3. Pengembangan Wahana Wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik (Z) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 6,253, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,419, dan nilai *P values* sebesar 0,000. Artinya semakin tinggi (bagus) pengembangan wahana wisata pada Kopi Botanika maka akan meningkatkan daya tarik konsumen.
4. Keindahan Alam (X2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik (Z) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 5,089, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,331, dan nilai *P values* sebesar 0,000. Artinya semakin tinggi (bagus) keindahan alam pada Kopi Botanika maka akan meningkatkan daya tarik konsumen.
5. Daya Tarik (Z) berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung ulang (Y) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 3,589, *Orginal Sample* /

Koefisien sebesar 0,296, dan nilai *P values* sebesar 0,000. Artinya semakin tinggi (bagus) daya tarik pada Kopi Botanika maka akan meningkatkan minat berkunjung ulang konsumen.

6. Pengembangan Wahana Wisata (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat berkunjung ulang (Y) melalui Daya Tarik (Z) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 3,059, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,124, dan nilai *P values* sebesar 0,002. Artinya bahwa variabel daya tarik (Z) memediasi pengaruh keindahan alam (X2) terhadap minat berkunjung ulang (Y).
7. Keindahan Alam (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat berkunjung ulang (Y) melalui Daya Tarik (Z) dengan nilai *T statistic* ([O/STDEV]) sebesar 3,048, *Orginal Sample* / Koefisien sebesar 0,098, dan nilai *P values* sebesar 0,002. Artinya bahwa variabel daya tarik (Z) memediasi pengaruh keindahan alam (X2) terhadap minat berkunjung ulang (Y).

B. Implikasi

1. Implikasi Pengembangan Wahana Wisata (X1) terhadap Minat berkunjung ulang (Y)

Implikasi Pengembangan Wahana Wisata (X1) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) penting bagi pengelola Kopi Botanika, yakni perlunya menjaga konsistensi inovasi wahana wisata secara berkala, mengikuti tren dan preferensi wisatawan yang terus berkembang, serta memastikan bahwa seluruh fasilitas yang tersedia terpelihara dengan baik sehingga mampu memberikan pengalaman yang memuaskan dan mendorong minat kunjungan ulang maupun rekomendasi kepada orang lain.

2. Implikasi Keindahan Alam (X2) terhadap Minat berkunjung ulang (Y)

Implikasi Keindahan Alam (X2) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) adalah pentingnya menjaga dan merawat kelestarian alam sekitar destinasi sebagai aset utama yang tidak tergantikan. Selain itu, pengelola perlu secara aktif mengkomunikasikan keindahan alam Kopi Botanika melalui konten visual yang berkualitas di berbagai platform digital, sehingga dapat

menjangkau calon wisatawan yang lebih luas dan semakin memperkuat minat mereka untuk berkunjung.

3. Implikasi Pengembangan Wahana Wisata (X1) terhadap Daya Tarik (Z)

Implikasi Pengembangan Wahana Wisata (X1) terhadap Daya Tarik (Z) adalah bahwa pengelola Kopi Botanika perlu memprioritaskan anggaran pengembangan dan pemeliharaan wahana wisata sebagai investasi strategis jangka panjang, karena terbukti secara empiris menjadi kunci utama dalam membangun dan mempertahankan daya tarik destinasi yang kuat dan berkelanjutan.

4. Implikasi Keindahan Alam (X2) terhadap Daya Tarik (Z)

Implikasi Keindahan Alam (X2) terhadap Daya Tarik (Z) adalah bahwa pengelola Kopi Botanika perlu menjadikan pelestarian dan pengelolaan keindahan alam sebagai prioritas utama operasional destinasi. Upaya konkret seperti perawatan taman secara rutin, pengelolaan kebersihan lingkungan, dan penambahan elemen alam yang estetis akan semakin memperkuat daya tarik alam Kopi Botanika di mata wisatawan.

5. Implikasi Daya Tarik (Z) terhadap Minat berkunjung ulang (Y)

Implikasi Daya Tarik (Z) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) adalah bahwa pengelola Kopi Botanika perlu mengelola daya tarik destinasi secara komprehensif dan terintegrasi, meliputi aspek keindahan alam, kualitas wahana, suasana sosial, dan estetika tempat secara bersamaan, karena daya tarik yang terbentuk dari kombinasi seluruh aspek inilah yang paling efektif dalam mendorong minat berkunjung ulang wisatawan.

6. Implikasi Pengembangan Wahana Wisata (X1) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) melalui Daya Tarik (Z)

Implikasi strategis dari temuan mediasi ini adalah bahwa pengelola Kopi Botanika tidak cukup hanya mengembangkan wahana wisata tanpa memastikan bahwa wahana tersebut berhasil membentuk daya tarik yang kuat dan terdiferensiasi. Oleh karena itu, setiap pengembangan wahana baru perlu diikuti dengan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk mengkomunikasikan daya tarik tersebut kepada calon wisatawan, sehingga

rantai mediasi wahana → daya tarik → minat berkunjung ulang dapat berjalan secara optimal.

7. Implikasi Keindahan Alam (X2) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) melalui Daya Tarik (Z)

Implikasi dari temuan mediasi ini bagi pengelola Kopi Botanika adalah perlunya strategi yang tidak hanya fokus pada pemeliharaan keindahan alam, tetapi juga aktif dalam mengemas dan mengkomunikasikan keindahan alam tersebut sebagai daya tarik destinasi yang khas dan terdiferensiasi. Upaya seperti pengembangan spot foto dengan latar alam, penyelenggaraan event bertema alam, serta kolaborasi dengan konten kreator wisata dapat menjadi cara efektif untuk memperkuat rantai mediasi keindahan alam → daya tarik → minat berkunjung ulang secara optimal.

C. Saran

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh Pengembangan Wahana Wisata dan Keindahan alam terhadap minat berkunjung ulang melalui daya Tarik.

2. Bagi Kopi Botanika

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi kopi botanika untuk meningkatkan omset dengan meningkatkan faktor-faktor yang membuat konsumen berkunjung dan melakukan pembelian berulang.