

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam mengunjungi Telaga Biru Nila di Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 65,5% variasi dalam keputusan berkunjung dapat diterangkan oleh variabel independen yang meliputi promosi digital, fasilitas syariah, dan harga tiket. Sementara itu, 34,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian ini.
2. Variabel promosi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin efektif promosi digital yang dilakukan, semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk mengunjungi Telaga Biru Nila. Dengan demikian, promosi melalui media digital seperti media sosial, konten visual, dan informasi daring terbukti mampu memengaruhi persepsi serta minat wisatawan dalam mengambil keputusan kunjungan.
3. Variabel fasilitas syariah menunjukkan pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya, meskipun keberadaan fasilitas syariah cenderung berdampak positif, secara statistik pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan wisatawan secara langsung. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan wisatawan lebih menitikberatkan pada faktor lain, seperti efektivitas promosi digital dan harga tiket, dibandingkan ketersediaan fasilitas syariah.
4. Variabel harga tiket memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Koefisien regresi yang paling besar di antara variabel lainnya menandakan bahwa harga tiket merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan, peneliti merumuskan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Objek Wisata Telaga Biru Nila

Pengelola disarankan untuk meningkatkan efektivitas promosi digital melalui penyajian informasi dan konten yang menarik serta mudah diakses, karena variabel ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, penetapan harga tiket sebaiknya tetap dijaga agar terjangkau dan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, mengingat harga merupakan elemen paling utama bagi wisatawan. Meskipun fasilitas syariah belum menunjukkan pengaruh signifikan, pengelola dianjurkan untuk tetap menjaga dan mengembangkan fasilitas yang ada sebagai bentuk pelayanan optimal bagi wisatawan sekaligus sebagai potensi pengembangan wisata berbasis nilai syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk melibatkan variabel lain, seperti kualitas layanan, daya tarik suatu tempat wisata, kemudahan akses, citra destinasi, kepuasan pengunjung, maupun minat untuk berkunjung kembali. Mengingat terdapat 34,5% variasi keputusan berkunjung yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Peneliti mendatang juga disarankan untuk menganalisis frekuensi kunjungan dalam beberapa tahun terakhir, serta mempertimbangkan penerapan metode kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*) guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku dan preferensi wisatawan.