

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh komunikasi antar mulut daring dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung destinasi wisata Tebing Breksi, Sleman, Yogyakarta, maka terdapat kesimpulan hal-hal yang mempengaruhi keputusan berkunjung.

1. Komunikasi antar mulut daring merupakan komunikasi yang terjadi pada media elektronik dan dilakukan oleh beberapa orang dengan tujuan berbagi pengalaman maupun informasi serta manfaat suatu produk ataupun jasa. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi antar mulut daring berpengaruh secara signifikan terhadap citra destinasi. Hal tersebut dapat dilihat dari, sebelum terciptanya penilaian pada suatu destinasi wisata dalam benak konsumen, hal itu harus didasarkan pada pengalaman maupun informasi yang didapat oleh seseorang. Informasi mengenai destinasi wisata didapatkan dari saling bertukar informasi melalui media sosial dan informasi tersebut terjadi pada kolom komentar akun Instagram @explorejogja. Sehingga, komunikasi antar mulut yang positif akan menunjukkan bahwa suatu destinasi wisata memiliki citra destinasi yang baik dan begitupun sebaliknya.
2. Citra destinasi merupakan penilaian dan keyakinan yang dapat memunculkan ide maupun kesan terhadap produk/jasa berdasarkan pada

pengalaman dan informasi yang diperoleh, sehingga menciptakan nilai positif ataupun negatif dan tertanam dalam benak konsumen. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, variabel citra destinasi menjadi variabel yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Tebing Breksi memiliki citra positif yang melekat pada wisatawan, seperti Tebing Breksi merupakan tempat yang sesuai untuk melakukan *refreshing* saat liburan tiba, wisata yang sedang populer saat ini di Jogja, dan destinasi wisata yang menawarkan keunikan. Hal tersebut membuat wisatawan memilih untuk menentukan keputusan berkunjung pada Tebing Breksi, jika sesuai dengan kondisi kebutuhan wisatanya.

3. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa komunikasi antar mulut daring berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Komunikasi tersebut dapat berupa pengalaman maupun informasi mengenai destinasi wisata Tebing Breksi yang diberikan oleh teman, keluarga, atau bahkan orang lain yang tidak dikenal. Sehingga sebelum menentukan keputusan untuk berkunjung, wisatawan akan melakukan evaluasi terhadap informasi yang didapatkan. Serta wisatawan kemudian menjadi yakin bahwa destinasi wisata Tebing Breksi akan memberikan pengalaman menarik dan kesan positif saat mengunjunginya dan sesuai dengan kebutuhan wisata yang diharapkan.
4. Berdasarkan pengujian *path analysis* menunjukkan bahwa komunikasi antar mulut daring berpengaruh terhadap keputusan berkunjung secara

tidak langsung melalui citra destinasi. Komunikasi antar mulut daring terjadi dengan tujuan untuk saling bertukar informasi maupun pengalaman mengenai destinasi wisata Tebing breksi. Dengan terjadinya komunikasi antar mulut daring wisatawan dapat mempertimbangkan informasi yang telah didapatkan. Komunikasi antar mulut daring sangatlah bermanfaat karena informasi tersebut berasal dari pengunjung berpengalaman yang telah terlebih dahulu mengunjungi destinasi wisata Tebing Breksi, sehingga telah mengetahui kondisi pada lokasi wisata. Berdasarkan informasi ataupun pengalaman yang didapat dari komunikasi yang terjadi tersebut memunculkan penilaian bahwa Tebing Breksi merupakan destinasi wisata yang unik dan indah untuk dikunjungi, serta lokasi tersebut terletak didekat tiga candi yang berbeda, sehingga akan mempermudah wisatawan untuk melakukan *refreshing* dengan mengunjungi lokasi wisata sekitar. Dengan demikian komunikasi antar mulut yang terjadi secara positif akan menciptakan suatu citra destinasi yang baik, sehingga hal tersebut membuat wisatawan untuk menentukan keputusan dalam berkunjung ke Tebing Breksi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, baik yang telah diketahui sebelumnya maupun yang tidak diduga, sehingga hasil penelitian yang telah dicapai belum memberikan hasil yang memuaskan. Adapun beberapa keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian ini dilakukan hanya mencakup satu destinasi wisata yang berada di wilayah Yogyakarta, sehingga masih banyak

destinasi wisata yang perlu diteliti untuk mengetahui hal-hal yang membuat wisatawan menentukan keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya sebanyak 138 dan belum mencakup seluruh populasi warga yang ada di Yogyakarta. Untuk selanjutnya diharapkan jumlah responden dapat ditingkatkan agar hasil penelitian mengenai destinasi wisata memberikan hasil yang lebih memuaskan. Penelitian ini hanya melihat analisis komunikasi antar mulut daring dan citra destinasi sebagai faktor keputusan berkunjung wisata, sehingga masih ada peluang untuk menambahkan variabel-variabel lainnya untuk dapat dijadikan variabel dalam penelitian selanjutnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel komunikasi antar mulut daring dan citra destinasi memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung dan pengaruh secara tidak langsung melalui citra destinasi. Sebagai tindak lanjut dari beberapa temuan penelitian, maka peneliti merekomendasikan kepada beberapa destinasi wisata lainnya untuk memperhatikan secara seksama pentingnya beberapa variabel tersebut agar dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisata. Karena pada saat ini media sosial menjadi media yang sangat efektif untuk melakukan promosi produk ataupun jasa. Unsur citra destinasi memiliki pengaruh besar dan signifikan dalam proses menentukan keputusan berkunjung wisata. Oleh karena itu, citra pada suatu destinasi perlu ditingkatkan dengan menawarkan wahana bermain ataupun inovasi baru lainnya pada destinasi wisata. Melakukan penambahan variabel lain dalam penelitian seperti variabel karakteristik sosiodemografi dan produk wisata.