

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi. Semakin baik *word of mouth* maka akan meningkatkan citra destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi terdukung.
2. Produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi. Semakin baik produk wisata maka akan meningkatkan citra destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi terdukung.
3. Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin baik citra destinasi maka akan meningkatkan keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung terdukung.
4. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin baik *word of mouth* maka akan

meningkatkan keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung terdukung.

5. Produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin baik produk wisata maka akan meningkatkan keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung terdukung.
6. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi. Semakin baik *word of mouth* maka akan meningkatkan citra destinasi, dan berdampak pada meningkatkan keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara tidak langsung *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi terdukung.
7. Produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi. Semakin baik produk wisata maka akan meningkatkan citra destinasi, dan berdampak pada meningkatkan keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara tidak langsung produk wisata terhadap keputusan berkunjung melalui citra destinasi terdukung.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian yang telah dilakukan, penulis telah berusaha maksimal dengan hasil yang diharapkan, namun penulis menyadari adanya keterbatasan pada penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian ini, yaitu

1. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel, yaitu *word of mouth*, produk wisata, citra destinasi dan keputusan berkunjung. Sebaiknya ditambahkan variabel lainnya .
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form*, sehingga informasi yang didapat dari data tersebut kurang mendalam. Sebaiknya dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara langsung dan ditambah dengan wawancara terhadap responden.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran dan masukan yang peneliti berikan adalah sebagai berikut

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya misalnya promosi, sehingga hasil penelitian akan lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menyebarkan kuesioner secara langsung dan ditambah dengan wawancara. Sehingga diharapkan bisa mendapatkan hasil yang lebih baik.