

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini secara umum, menganalisis minat pengunjung untuk berperilaku peduli terhadap lingkungan daerah destinasi wisata bahari di Sumatera Barat. Penelitian dilakukan pada wisatawan lokal dan nasional yang pernah melakukan kunjungan ke destinasi wisata bahari di Sumatera Barat seperti Pulau Pasumpahan, Pulau Pagang, Pulau Pamutusan, Kepulauan Mandeh, Kepulauan Mentawai dan pulau destinasi wisata lainnya melalui *online survey* yang diolah dari 115 responden yang terkumpul. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa temuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap *pro environmental behavioral intention*. Semakin positif *electronic word of mouth* yang diberikan orang yang pernah berkunjung ke ekowisata bahari di Sumatera Barat maka niat untuk *pro environmental behavioral* tersebut juga akan semakin baik.
2. *Place attachment* berpengaruh positif terhadap *pro environmental behavioral intention*. Semakin baik *place attachment* yang dirasakan orang-orang yang pernah berkunjung pada ekowisata bahari di Sumatera

Barat maka niat untuk *pro environmental behavioral* tersebut juga akan semakin baik.

3. *Place attachment* berpengaruh positif terhadap *electronic word of mouth*.

Semakin baik *place attachment* yang dirasakan orang-orang yang pernah berkunjung pada ekowisata bahari di Sumatera Barat maka *electronic word of mouth* yang diberikan juga akan semakin baik.

1.2 Implikasi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini akan membantu pihak terkait untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *pro environmental behavior intention* sehingga akan dapat meningkatkan perilaku untuk menjaga lingkungan sekitar objek wisata. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diberikan beberapa implikasi kepada :

1. Pemerintah provinsi Sumatera Barat untuk menyediakan jaringan internet di lokasi-lokasi tertentu untuk memfasilitasi wisatawan untuk terhubung ke jaringan internet sehingga wisatawan dapat mengekspresikan dan membagikan pengalaman wisata orang-orang yang berkunjung pada objek wisata bahari di Sumatera Barat. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa pengaruh yang diberikan *electronic word of mouth* merupakan yang paling signifikan sehingga hal ini dapat mempromosikan destinasi wisata bahari Sumatera Barat dan dapat merekomendasikan kepada pengguna media sosial agar menjaga kelestarian di lingkungan objek wisata bahari di Sumatera Barat.

2. Agen perjalanan atau perusahaan bidang pariwisata agar lebih giat mempromosikan objek wisata bahari melalui iklan/ pesan di media sosial agar wisata bahari di Sumatera Barat semakin dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara sebagai destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Selanjutnya diharapkan agen perjalanan/perusahaan bidang pariwisata untuk mengarahkan dan mengajak wisatawan di media sosial agar menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar objek wisata bahari di Sumatera Barat.

3. Kepada wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata bahari di Sumatera Barat sangat dianjurkan mengajak orang-orang yang sedang berkunjung ataupun yang akan berkunjung untuk menjaga dan melestarikan lingkungan objek wisata. Selanjutnya diharapkan wisatawan yang menggunakan media sosial agar menyebar hal positif untuk mengajak perilaku pro terhadap lingkungan dapat melalui pesan gambar, membuat informasi wisata, mengomentari dan aktivitas media sosial lainnya. Selain itu pengguna media sosial diharapkan dapat berbagi banyak informasi di media sosial dengan calon pengunjung objek wisata bahari di Sumatera Barat mengenai pengalaman berkunjung dan mengajak untuk berwisata ramah terhadap lingkungan.

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dilakukan secara *online survey*, sehingga kesediaan responden kurang untuk menanggapi dalam pengisian kuisioner, untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan secara *offline survey* saja.

Penelitian ini hanya dilakukan di objek wisata bahari di Sumatera Barat yang daerah destinasinya masih banyak dalam perkembangan atau belum terlalu digarap secara serius, sehingga minat masyarakat untuk mengunjungi masih kurang. Hal ini berakibat dalam pengumpulan data yang menemukan kesulitan mencari responden yang pernah mengunjungi destinasi tersebut. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan perbandingan pada objek wisata bahari lain yang telah banyak dikenal di luar Sumatera Barat

Penelitian ini cenderung hanya menguji keterkaitan langsung antara beberapa variabel independen ke dependen, tanpa melihat pengaruh moderasi dan mediasi. Sehingga, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji pengaruh variabel moderasi. Penelitian ini memiliki mayoritas responden yang berasal dari kalangan mahasiswa/pelajar dari Sumatera Barat, untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek yang lebih untuk melihat efektifitas e-wom dan *place attachment* terhadap perilaku peduli pada lingkungan.

