

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peluang wisatawan melakukan kunjungan ulang (*kunjungan ulang*) pada penginapan di Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Tujuan utama penelitian adalah menguji pengaruh daya tarik wisata/destinasi penginapan (X1), pendapatan wisatawan (X2), biaya perjalanan (X3), fasilitas (X4), serta jarak lokasi usaha dan kemudahan akses (X5) terhadap niat wisatawan untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 100 wisatawan. Analisis dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas), uji t, uji F, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X4, dan X5 berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan ulang, sedangkan X3 berpengaruh negatif signifikan. Uji F menegaskan bahwa seluruh variabel bebas secara simultan memengaruhi kunjungan ulang. Nilai  $R^2$  sebesar 0.472 menunjukkan bahwa 47,2% variasi kunjungan ulang dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut.

#### 5.2 Saran

Hasil penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen dan pariwisata yang menyatakan bahwa daya tarik destinasi, kemampuan ekonomi wisatawan, biaya perjalanan, kualitas fasilitas, dan kemudahan akses merupakan faktor penentu niat kunjungan ulang. Temuan mengenai pengaruh positif daya tarik wisata dan fasilitas sesuai dengan hasil penelitian Mariyanti et al. (2024) yang menekankan pentingnya pengalaman wisata yang memuaskan dalam mendorong loyalitas. Pengaruh positif pendapatan terhadap niat kunjungan ulang selaras dengan hasil penelitian Sari dan Susanti (2024) yang menegaskan bahwa kemampuan ekonomi menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan berkunjung kembali. Temuan

mengenai pengaruh negatif biaya perjalanan sejalan dengan Putri et al. (2024) yang menemukan bahwa tingginya biaya perjalanan menurunkan minat berkunjung ulang. Hasil terkait aksesibilitas mendukung temuan Herliza dan Ferdian (2024) bahwa kemudahan akses memicu peningkatan *kunjungan ulang*. Sintesis keseluruhan menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya sekaligus memperkuat model teoretis perilaku wisatawan.

### 5.3 Implikasi Kebijakan

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola penginapan dan pemerintah daerah. Peningkatan kualitas daya tarik wisata serta penyediaan fasilitas yang memadai perlu menjadi prioritas untuk mempertahankan dan meningkatkan kunjungan ulang. Pengelola perlu mempertimbangkan strategi harga dan efisiensi biaya perjalanan wisatawan melalui kerja sama dengan penyedia transportasi dan biro perjalanan. Kemudahan akses menuju lokasi penginapan harus ditingkatkan dengan perbaikan infrastruktur jalan dan penyediaan petunjuk arah yang jelas. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian tentang perilaku wisatawan domestik dan memberikan bukti empiris pada konteks destinasi wisata di Sumatera Barat.

Pada penelitian ini dapat direkomendasikan beberapa implikasi lainnya meliputi :

#### 1. Peningkatan daya tarik wisata

Pengelola penginapan perlu melakukan inovasi pada daya tarik wisata dengan menambahkan program atau aktivitas yang unik, menarik, dan relevan dengan budaya lokal untuk meningkatkan minat wisatawan melakukan kunjungan ulang.

#### 2. Perbaikan fasilitas

Fasilitas dasar seperti kebersihan, keamanan, kelengkapan sarana pendukung, dan kenyamanan penginapan perlu ditingkatkan sehingga mampu memenuhi ekspektasi wisatawan.

### 3. Pengelolaan biaya perjalanan

Kerjasama dengan penyedia transportasi, agen perjalanan, dan pelaku usaha sekitar dapat dilakukan untuk menyediakan paket perjalanan dengan harga yang terjangkau sehingga biaya perjalanan tidak menjadi hambatan bagi wisatawan.

### 4. Peningkatan aksesibilitas

Perbaikan infrastruktur jalan, ketersediaan rambu penunjuk arah, dan informasi rute yang jelas menuju penginapan sangat penting untuk memudahkan akses wisatawan.

### 5. Promosi berkelanjutan

Upaya promosi yang intensif melalui media digital, media sosial, dan kerjasama dengan pemerintah daerah maupun pelaku pariwisata lain akan memperkuat citra destinasi dan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

### 6. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian di masa mendatang dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan, atau faktor sosial budaya yang mempengaruhi *kunjungan ulang* agar model penelitian lebih komprehensif

