

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konten online destinasi wisata terhadap niat perilaku wisatawan dengan kepuasan wisatawan dan interaksi pemasaran digital sebagai variabel mediasi pada objek wisata Bumi Sikabu di Kabupaten Lima Puluh Kota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten online destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Bumi Sikabu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas konten yang disajikan, seperti informatif, menarik, dan mudah diakses, maka akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan dalam memperoleh informasi terkait destinasi.
2. Konten online destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap interaksi pemasaran digital. Hal ini berarti bahwa konten yang berkualitas mampu mendorong keterlibatan wisatawan dalam aktivitas digital, seperti mencari informasi, membaca ulasan, serta berinteraksi melalui media online.
3. Konten online destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang menarik dan meyakinkan mampu secara langsung meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung ke Bumi Sikabu.
4. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku wisatawan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berkunjung kembali, merekomendasikan, serta membagikan pengalaman mereka.
5. Interaksi pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan wisatawan dalam aktivitas digital mampu memperkuat niat mereka untuk melakukan kunjungan ke destinasi wisata.
6. Kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh konten online destinasi wisata terhadap niat perilaku wisatawan. Hal ini berarti bahwa konten online tidak hanya memengaruhi secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan wisatawan yang kemudian berdampak pada niat perilaku mereka.

7. Interaksi pemasaran digital mampu memediasi pengaruh konten online destinasi wisata terhadap niat perilaku wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang menarik akan meningkatkan interaksi digital, yang pada akhirnya menjembatani niat wisatawan untuk berkunjung ke Bumi Sikabu.

1.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten online destinasi wisata memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, kepuasan, serta niat perilaku wisatawan terhadap Bumi Sikabu. Temuan ini memperkuat konsep *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menegaskan bahwa niat perilaku wisatawan tidak terbentuk secara langsung, melainkan melalui proses evaluasi terhadap informasi dan pengalaman yang diperoleh. Dalam hal ini, konten online berfungsi sebagai stimulus awal yang memengaruhi cara wisatawan menilai dan memahami suatu destinasi.

Penelitian juga mengungkap bahwa kepuasan wisatawan dan interaksi pemasaran digital menjadi mekanisme penting yang menjembatani hubungan antara konten online dan niat perilaku wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten digital tidak hanya berdampak pada aspek kognitif, tetapi juga memicu keterlibatan emosional dan interaksi yang lebih dalam antara wisatawan dan destinasi. Dampak dari proses tersebut terlihat pada munculnya niat perilaku positif, seperti keinginan untuk berkunjung, merekomendasikan, serta berbagi pengalaman wisata melalui media digital.

Selain itu, temuan penelitian menegaskan bahwa pembentukan niat perilaku wisatawan merupakan hasil dari keterkaitan antara kualitas informasi digital, pengalaman yang dirasakan, serta interaksi yang terbangun dalam lingkungan digital. Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar konten online yang turut memengaruhi niat perilaku wisatawan, seperti kondisi fasilitas, pelayanan, dan pengalaman langsung di lokasi.

Dengan demikian, penelitian memberikan pemahaman bahwa pemasaran digital dalam sektor pariwisata memiliki dampak yang luas, tidak hanya dalam membentuk persepsi awal, tetapi juga dalam memengaruhi pengalaman, keterlibatan, dan keputusan perilaku wisatawan secara keseluruhan.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengalami keterbatasan dalam memperoleh data jumlah pengunjung Bumi Sikabu secara lengkap, khususnya untuk periode tahun 2022 hingga 2026. Data yang tersedia hanya bersifat terbatas dan sebagian besar berdasarkan perkiraan pengelola untuk beberapa bulan di awal tahun 2026, sehingga belum dapat menggambarkan tren kunjungan secara menyeluruh.
2. Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia muda serta pelajar/mahasiswa, karena kelompok tersebut lebih mudah dijangkau dan lebih aktif dalam menggunakan media digital sebagai sumber informasi wisata. Kondisi ini menyebabkan hasil penelitian cenderung merepresentasikan perilaku dan persepsi kelompok usia muda dalam mengakses konten online serta dalam membentuk niat berkunjung ke Bumi Sikabu. Sementara itu, pandangan dari kelompok usia yang lebih tua atau dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda belum tergambarkan secara optimal dalam penelitian ini.

1.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Pemerintah dan Pengelola Wisata

1. Pengelola wisata diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten online sebagai media promosi dengan menyajikan informasi yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kondisi nyata di Bumi Sikabu, serta melakukan pembaruan secara berkala agar wisatawan memperoleh gambaran yang jelas mengenai daya tarik, fasilitas, dan pengalaman yang ditawarkan. Selain itu, pengelola perlu meningkatkan interaksi pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial dengan merespons pertanyaan, membalas komentar, dan mendorong wisatawan untuk membagikan pengalaman mereka, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan wisatawan serta mendorong niat untuk berkunjung.
2. Pihak pengelola Bumi Sikabu diharapkan dapat meningkatkan dan memperbaiki fasilitas yang tersedia, terutama meja dan kursi yang sudah mengalami kerusakan atau terlihat kurang layak digunakan. Perawatan dan pembaruan fasilitas secara berkala perlu dilakukan agar wisatawan merasa lebih nyaman selama berada di lokasi. Selain itu, kondisi fasilitas yang baik juga dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan memberikan kesan yang lebih positif terhadap Bumi Sikabu.

3. Pemerintah daerah setempat diharapkan dapat memberikan perhatian terhadap perbaikan infrastruktur menuju Bumi Sikabu, khususnya kondisi jalan yang masih sempit dan saat ini hanya dapat dilalui oleh satu mobil dalam satu waktu. Perbaikan dan pelebaran jalan diperlukan agar kendaraan dari dua arah dapat melintas dengan lebih aman dan nyaman. Dengan infrastruktur yang lebih baik, akses menuju Bumi Sikabu diharapkan menjadi lebih mudah sehingga dapat mendukung peningkatan kenyamanan wisatawan dan perkembangan destinasi wisata ke depannya.

1.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji beberapa destinasi wisata yang memiliki karakteristik serupa, sehingga dapat memberikan sudut pandang yang lebih luas mengenai pengaruh pemasaran digital terhadap perilaku wisatawan.
2. Peneliti selanjutnya dapat melibatkan wisatawan dengan latar belakang dan daerah asal yang lebih beragam untuk memperoleh gambaran mengenai perbedaan perilaku wisatawan dalam menerima dan merespons informasi digital suatu destinasi.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas fasilitas, citra destinasi, atau pengalaman wisatawan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan niat perilaku wisatawan.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan memanfaatkan data pendukung dan pendekatan penelitian yang lebih beragam untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan destinasi serta perilaku wisatawan.