

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh Promosi Digital, Biaya Perjalanan Dan Fasilitas Wisata terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi wisata Bukit Waruwangi maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Promosi Digital (X1) sejalan dengan H1 diterima dan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $4,340 > 1,660$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dinyatakan bahwa variabel promosi digital berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Biaya Perjalanan (X2)  $H_0$  ditolak, yang mana tidak terdapat pengaruh terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $8,639 > 1,660$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan juga bahwa variabel biaya perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi agrowisata bukit waruwangi. Hal tersebut sejalan dengan teori yang mana jika biaya perjalanan terjangkau atau terbilang murah maka dapat dipastikan bahwa kunjungan wisatawan akan semakin meningkat.

3. Hasil penelitian menunjukkan pada variabel Fasilitas Wisata (X3) H0 ditolak dan terdapat berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau  $2,343 > 1,660$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Dapat disimpulkan juga bahwa variabel fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi.
4. Diperkuat dengan hasil analisis SPSS uji F yang menunjukkan bahwa, variabel Promosi Digital, Biaya Perjalanan Dan Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada destinasi Agrowisata Bukit Waruwangi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai dari F hitung  $>$  F tabel atau  $99,889 > 2,70$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ .

## **B. Saran**

Pada dasarnya Bukit Waruwangi merupakan destinasi wisata dengan konsep Agro. Namun keindahan alam perbukitan serta pemandangan yang menarik menjadi nilai tambah dalam daya tarik wisata. Namun sangat disayangkan ketika tidak sedikit pengunjung yang mengeluhkan bau kotoran sapi dan kerbau yang sengaja dibebaskan di area perbukitan. Beberapa fasilitas wisata yang masih harus diperbaiki dan ditingkatkan dalam peralatan dan kebersihan toilet dan mushola yang harus ada disetiap wahana wisata serta penambahan tempat berteduh bagi para pengunjung.