

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1. KESIMPULAN**

Dari hasil analisis data pada bab IV di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. eWOM berpengaruh terhadap sikap terhadap kunjungan ke Yogyakarta. Hal ini karena nilai Probabilitas kurang dari 0,05 ( $*** < 0,05$ ). Nilai estimate positif sebesar 0,159 artinya pengaruhnya positif, yaitu jika eWOM meningkat maka sikap terhadap kunjungan juga meningkat.
2. Sikap terhadap kunjungan ke Yogyakarta berpengaruh terhadap minat untuk berwisata. Hal ini karena nilai Probabilitas kurang dari 0,05 ( $*** < 0,05$ ). Nilai estimate positif sebesar 1,303 artinya pengaruhnya positif, yaitu jika sikap terhadap kunjungan ke Yogyakarta meningkat maka minat untuk berwisata juga meningkat.
3. eWOM tidak berpengaruh terhadap norma subyektif. Hal ini karena nilai Probabilitas lebih dari 0,05 ( $0,220 > 0,05$ ).

4. Norma subyektif tidak berpengaruh terhadap minat untuk berwisata. Hal ini karena nilai Probabilitas kurang dari 0,05 ( $0,608 > 0,05$ ).
5. eWOM berpengaruh terhadap kontrol perilaku yang dipersepsikan. Hal ini karena nilai Probabilitas kurang dari 0,05 ( $0,037 < 0,05$ ). Nilai estimate positif sebesar 0,228 artinya pengaruhnya positif, yaitu jika eWOM meningkat maka kontrol perilaku yang dipersepsikan juga meningkat.
6. Kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh terhadap minat untuk berwisata. Hal ini karena nilai Probabilitas kurang dari 0,05 ( $*** < 0,05$ ). Nilai estimate positif sebesar 0,465 artinya pengaruhnya positif, yaitu jika kontrol perilaku yang dipersepsikan meningkat maka minat untuk berwisata juga meningkat.
7. eWOM tidak berpengaruh terhadap minat untuk berwisata. Hal ini karena nilai Probabilitas lebih dari 0,05 ( $0,996 > 0,05$ ).

## **1.2. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan pada pembahasan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

### **1.2.1. Saran bagi pelaku industri pariwisata**

Berdasarkan hasil penelitian, eWOM terlihat kurang dimaksimal oleh para pelaku industry pariwisata di Yogyakarta. Meskipun ada beberapa wisatawan yang berkunjung karena faktor eWOM, namun faktor sikap dari wisatawan itu sendiri yang sudah memiliki pendapat pribadi mengenai Yogyakarta memberi pengaruh utama dalam kunjungan mereka. Jika pilihan atau sikap yang sudah dimiliki mampu diarahkan dengan eWOM yang dikolaborasikan dengan sesama wisatawan, peluang kunjungan akan semakin besar.

### **1.2.2. Saran bagi peneliti selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian, norma subyektif sama sekali tidak berpengaruh di minat untuk berwisata ke Yogyakarta. Hal ini bisa saja disebabkan oleh responden yang dijadikan sampel kurang memiliki nilai-nilai kepatuhan di keluarga atau lingkungan terdekat. Jika ingin memperhitungkan, sampel bisa jadi diperoleh dengan memperbanyak sampel dari kalangan pegawai negeri.