

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 110 angket atau kuesioner wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk dengan perhitungan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *online customer review* di objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk dalam kategori tinggi (baik) yang mana dimensi *valence* mendapatkan nilai tertinggi hal tersebut dikarenakan ulasan yang bersifat positif akan meningkatkan ketertarikan dan membantu wisatawan untuk lebih yakin untuk berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo, sedangkan dimensi *length* mendapatkan presentase nilai terendah yang mana pada implementasinya ulasan yang panjang dapat memberikan informasi yang lebih lengkap, terpercaya, dan dapat diandalkan.
2. Gambaran keputusan berkunjung berada pada kategori tinggi (baik) yang menunjukkan wisatawan lebih cenderung memilih melakukan kunjungan ke objek wisata Air Terjun Sedudo dibandingkan alternatif wisata lainnya dikarenakan kualitas atraksi yang ditawarkan, diantaranya adalah berswafoto, menikmati pemandangan, bermain air, dan lainnya. Pernyataan dengan nilai tertinggi yaitu keputusan berkunjung berdasarkan pilihan produk dan nilai terendah yaitu keputusan berkunjung berdasarkan pemilihan penyalur objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk.
3. Secara simultan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung yang artinya hipotesis pada penelitian ini diterima. Hal ini sejalan juga pada pengujian secara parsial semua dimensi *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung yang artinya semua hipotesis diterima. Nilai tertinggi yaitu dimensi *valence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, hal ini

menunjukkan bahwa *online customer review* berdasarkan ulasan positif dan negatif dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk, sedangkan *length* mendapat nilai terendah yang artinya *online customer review* berdasarkan banyaknya ulasan dan ulasan yang panjang di objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk tidak terlalu meningkatkan keputusan berkunjung.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah disimpulkan pada penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *online customer review* terhadap keputusan berkunjung sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan *online customer review* yang telah diimplementasikan objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk dapat dikatakan sudah baik, penulis merekomendasikan agar menyediakan pihak pengelola mengajak wisatawan yang datang berkunjung untuk dapat memberikan review pada *google review* setelah mengunjungi objek wisata Air Terjun Sedudo.
2. Keputusan berkunjung di objek wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk dinilai sudah baik, rekomendasi dari penulis yaitu mempermudah dalam opsi pembelian tiket seperti OTA dan juga bekerjasama dengan *travel agent*, sehingga mempermudah wisatawan dalam melakukan pembelian tiket.
3. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai *online customer review* dengan menggunakan faktor-faktor lain berdasarkan literatur terbaru. Penambahan jumlah responden serta penggunaan teknis analisis lainnya seperti analisis jalur atau *SEM* dapat dilakukan sehingga penelitian ini berkembang menjadi lebih baik.