

BAB V

PENUTUP DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh *Hala Destination Attributes* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kedestinasai Wisata Puncak Taruko Kabupaten Agam Dimediasi *Destination Image*”. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 150 orang pengunjung destinasi wisata Puncak Taruko. Setelah pengujian hipotesis dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Halal destination attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Puncak Taruko.
2. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Puncak Taruko.
3. *Destination image* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Puncak Taruko.
4. *Halal destination attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *destination image* wisata Puncak Taruko.
5. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *destination image* wisata Puncak Taruko.
6. *Halal destination attributes* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Puncak Taruko melalui *destination image* sebagai mediasi.

7. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan wisatawan ke destinasi wisata Puncak Taruko melalui *destination image* sebagai mediasi.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan tersebut, saran yang bisa penulis berikan terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Bagi pengelola objek wisata Puncak Taruko

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan dari *halal destination attributes* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung, pengelola objek wisata Puncak Taruko disarankan untuk memperkuat atribut-atribut halal yang ada. Pengembangan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, seperti tempat ibadah yang nyaman dan penyediaan makanan yang bersertifikat halal, akan sangat membantu dalam menarik pengunjung yang mengutamakan aspek tersebut. Dengan memastikan semua aspek pelayanan memenuhi standar halal, Puncak Taruko dapat menjadi destinasi pilihan utama bagi wisatawan Muslim.

Di samping itu, penerapan strategi pemasaran yang efektif melalui *electronic word of mouth (E-WOM)* menjadi aspek yang sangat krusial. Pihak pengelola destinasi perlu mendorong wisatawan untuk membagikan pengalaman positif mereka melalui media sosial dan platform ulasan daring. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan insentif kepada pengunjung yang bersedia membagikan testimoni atau dokumentasi kunjungan mereka dalam bentuk foto maupun video. Kampanye promosi yang menonjolkan

pengalaman unik dan keindahan alam Puncak Taruko dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak wisatawan.

Meskipun *destination image* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, membangun citra destinasi yang positif tetap menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola. Upaya ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik destinasi secara keseluruhan dan memperkuat persepsi positif di kalangan calon wisatawan. Ini bisa dilakukan dengan mengedepankan cerita dan nilai-nilai budaya lokal yang dapat menarik perhatian wisatawan. Menciptakan konten visual yang menarik dan informatif tentang pengalaman di Puncak Taruko dapat membantu membangun citra yang kuat di mata calon pengunjung.

Terakhir, pengelola disarankan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap fasilitas dan layanan yang ada. Mengumpulkan umpan balik dari pengunjung melalui survei dapat memberikan wawasan berharga untuk perbaikan. Dengan memahami kebutuhan dan harapan pengunjung, Puncak Taruko dapat terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan, sehingga semakin banyak wisatawan yang memilih untuk berkunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan dalam jenis dan topik kajian. Penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan atau memperluas cakupan variabel, seperti *motivasi wisatawan*, *daya tarik wisata*, dan *harga tiket*. Selain itu, pengembangan studi dapat dilakukan dengan mengkaji destinasi wisata yang

berbeda serta menerapkan pendekatan metodologis yang bervariasi. Jika pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif, maka penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode kualitatif guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, and jogiyanto Hartono. *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. 1st ed. yogyakarta: Andi, 2015.
- Afandi, Muhammad Lutfi, Janur Wibowo, Candraningrat, and Antok Supriyanto. "ANALISIS HUBUNGAN ATRIBUT DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA KAWASAN MALIOBORO." *JURNAL PAWIRISATA* 6, no. 2 (2023): 89–97. <https://doi.org/10.32528/sw.v6i2.1200>.
- Afriyanti, Nonie. "Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah." *CV. Brimedia Global*, 2021.
- Anggi Angellia, and Ahmad Mardalis. "Pengaruh SMM Dan E-Wom Terhadap Visit Intention Dengan Destination Image Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Pariwisata Religi: Studi Kasus Syeikh Zayed Grand Mosque Solo." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (2024): 5181–95. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2236>.
- Aulia, A.R., and A.I Yulianti. "PENGARUH CITY BRANDING 'A LAND OF HARMONY' TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PUNCAK, KABUPATEN BOGOR." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 3, no. 3 (2019): 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>.
- Ayu, Dyah, Kunthi Puspitasari, Minat Berkunjung Ulang, and Kepuasan Wisatawan. "Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi" 4, no. 1 (2021): 45–54.
- Azizah, siti nur, and Fendi Usmanoro. "Pengaruh Atribut Produk Wisata, Electronic Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen." *Jurnal Pariwisata* 6, no. 1 (2019): 32–38. <https://doi.org/10.31311/par.v6i1.4614>.
- Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni. "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)." *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.
- Dasangga, D G R, and R T Ratnasari. "Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan." *Jurnal Kepariwisata ...* 6, no. 2 (2022): 219–40. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i02.724>.
- Et al., Ringle. "Model Fit (Fit Measures In SmartPLS)." SmartPLS.com, n.d.
- Fatma, Nur, Nur Fajri Irfan, and Ifah Finatry Latiep. "Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga Dan Kualitas Produk." *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 2 (2021): 533–40.
- Fitri, Anisa, Rani Rahim, Nurhayati, Aziz, Sadrack Luden Pagiling, Irnawaty Natsir, Anis Munfarikhatin, Daniel Nicson Simanjuntak, Kartini HUatgaol, and Nanda Eska Anugrah.

- Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian. Yayasan Kita Menulis. Vol.47. Jakarta: Statistik Penelitian, 2023.*
- Fitriani, Dwi, and Maulida Nurhidayati. *Pengaruh Lokasi Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo., 2021.*
- Ghozali. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square PLS.* Semarang, 2006.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. *Evaluation of Formative Measurement Models*, 2021.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5.
- Hair, Joseph F, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. “When to Use and How to Report the Result of PLS-SEM.” *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24.
<https://doi.org/doi:10.1108/eb-11-2018-0203>.
- Han, Heesup, Amr Al-Ansi, Hossein G.T. Olya, and Wansoo Kim. “Exploring Halal-Friendly Destination Attributes in South Korea: Perceptions and Behaviors of Muslim Travelers toward a Non-Muslim Destination.” *Tourism Management* 71, no. July 2018 (2019): 151–64.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.010>.
- Hartono, J and Abdilah W, *Partial Least Square – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis (Yogyakarta: C.V Andi Offsct, 2015).*, n.d.
- Ihsan, Mohammad, Garry Yuesa Rosyid, and Ade Perdana Siregar. “Strategi Positioning Dan Citra Destinasi Objek Wisata Air Danau Sipin Jambi.” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 4, no. 2 (2019): 205. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.100>.
- Illah, Ainun Nur, Raden Andi Sularso, and Bambang Irawan. “Pengaruh Citra Destinasi Dan E-WOM Di Media Sosial Instagram Serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata B29 Di Kabupaten Lumajang.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 2 (2019): 164. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11163>.
- Ilmiyah, Tatik, and Sri Ati. “PENGARUH PEMANFAATAN KOLEKSI LOCAL CONTENT TERHADAP KEGIATAN PENELITIAN MAHASISWA YANG SEDANG MENGERJAKAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR DI PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU BUDAYA UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG.” *Ilmu Perpustakaan* 2, no. 2 (2013): 1–9.
- Imam Ghozali and Hengki Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Untuk Penelitian Empiris).* Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2015.
- Mandey, S L, and F Roring. “Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di Tengah Pandemi Covid-19.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi ...* 10, no. 1 (2022): 1767–76.
- Mardiana, Novi, and Ahmad Faqih. “Model Sem-Pls Terbaik Untuk Evaluasi Pembelajaran

- Matematika Diskrit Dengan Lms.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 13, no. 3 (2019): 157–70. <https://doi.org/10.30598/barekengvol13iss3pp157-170ar898>.
- Memon, Aftab Hameed, and Ismail Abdul Rahman. “SEM-PLS Analysis of Inhibiting Factors of Cost Performance for Large Construction Projects in Malaysia: Perspective of Clients and Consultants.” *The Scientific World Journal* 2014 (2014). <https://doi.org/10.1155/2014/165158>.
- Napu, Della Maghfira, and Wildan Nurhidayat. “The Effect of Halal Destination Attributes on Visiting Decision” 259, no. Isot 2018 (2019): 57–61. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.12>.
- NF Andhini. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53, 2017.
- Noerhanifati, Sabila. “Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang.” *Jurnal Industri Pariwisata* 3, no. 1 (2020): 61–73. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.46>.
- Noviyani, Nur Aulia, and Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Halal Destination Attributes Di Sumatera Barat Terhadap Wisatawan Muslim.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 8, no. 4 (2021): 401. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20214pp401-412>.
- Noviyani, Nur Aulia, Ririn Tri Ratnasari, Sumatera Barat, Halal Destination Attributes, and Destination Satisfaction. “PENGARUH HALAL DESTINATION ATTRIBUTES DI SUMATERA BARAT TERHADAP WISATAWAN MUSLIM.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan P-ISSN: 8*, no. 4 (2021): 401–12. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20214pp401-412>.
- Nu'man, Muhammad. “Analisis Pengaruh Aksesibilitas Dan Informasi Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Puncak Taruko, Koto Gadang, Kecamatan Iv Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.” *Aleph* 87, no. 1,2 (2023): 149–200.
- Nurhalizah, Siti, Gusmi Kholijah, and Z Gusmanely. “Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi.” *Indonesian Journal of Applied Statistics* 6, no. 2 (2024): 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>.
- Oley, Daniel, James D.D. Massie, and Imelda W.J. Ogi. “Pengaruh EWOM (Electronic Word of Mouth) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Di Kota Tomohon.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 02 (2023): 78–89. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46935>.
- Pasaribu, Kristin, and Yuliawati. “Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)* 2, no. 2 (2019): 99–112.
- Poli, P Y C, S L H V J Lapien, and S S R Loindong. “PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT KASIH KANONANG.” *The Effect of Tourism Attraction and Facilities on the Decision To*

- Visit Intourist Object Kasih* 11, no. 1 (2023): 821–32.
- Priansa, Donni Juni. “Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada.” *Ecodemica* IV (1), no. 2355–0295 (2016): 117–24.
- Purnama, Nuryanto, and Novi Marlana. “Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Gunung Semeru.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1 (2022): 1626–34. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1626-1634>.
- Rezita Reza, Martilova Novera. “ANALISIS PENGARUH AKSESIBILITAS DAN INFORMASI TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA PUNCAK TARUKO, KOTO GADANG, KECAMATAN IV KOTO, KABUPATEN AGAM, SUMATERA BARAT.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 4 (2023): 1–19.
- Riwu, Rexine Yeralvany, Dhita Paramita Anggraini, and Mochammad Musafa. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Words Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Raja Prailiu Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi,” no. April (2023): 14–21.
- Safitri, Indri, Asep M. Ramdan, and Erry Sunarya. “Peran Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3 (2020): 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>.
- Sarstedt, Marko, Christian M. Ringle, and Joseph F. Hair. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Handbook of Market Research*, 2021. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15.
- Sarwono, Jonathan. “Mengenal PLS-SEM,” 2012, 3–15.
- Siregar, Syofyan. *Statistic Parametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, n.d.
- Solichin, Aditya, Dhea Ayu Resky Amalia, Lily Katniaty, Tri Wisudawati, Ecclesia Sulistyowati, and Wahyu Adhi Saputro. “Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.” *Journal of Economic and Management (JECMA)* 3, no. 1 (2021): 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>.
- Subagia, Dodi, Yudi Nur Supriadi, and Agus Rahmat Hermawanto. “Model Strategi City Branding, Electronic Word of Mouth, Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Oleh City Image Dalam DALAM MEWUJUDKAN SMART CITY MENUJU KOTA TANGERANG KELAS DUNIA.” *Jurnal MoZaiK* 12, no. 1 (2020): 33–50.
- Sudaryono. “Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian.” *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* Vol. 17, N (2011): 391–403.
- Sudigdo, Agus, and Gamal Sayed Ahmed Khalifa. “The Impact of Islamic Destination Attributes on Saudi Arabians’ Decision to Visit Jakarta: Tourism Destination Image as a Mediating Variable.” *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 8, no. 3 (2020): 15–30.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. 23rd ed. Bandung: alfabeta, 2016.

- . *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suwarduki, Puspa Ratnaningrum, Edy Yulianto, and M. Kholid Mawardi. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 20, no. 1 (2016): 168–87.
- Tina Rahmadayanti, and Kholid Murtadlo. “Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan.” *Malia (Terakreditasi)* 12, no. 1 (2020): 125–36.
<https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>.
- Ummah, Masfi Sya’fiatul. *Metodelogi Penelitian. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Wahyuni, Sri, and Pribanus Wantara. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Berkunjung Melalui Citra Destinasi Pada Wisata Taman Rekreasi Kota Bangkalan.” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 3, no. 2 (2024): 219–29.
<https://doi.org/10.21107/jkim.v3i2.18561>.
- Wawancara, Hasil. “No Title,” n.d.
- Yoshantiy, Ghita. “Jurnal Ekobistek Identifikasi Preferensi Wisatawan Di Destinasi Wisata Solo” 11 (2022): 201–5. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v41i3.359>.
- Za, Saida Zainurossalamia. “Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda” 1, no. 12 (2021): 147.