

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh motivasi dan pengalaman berwisata terhadap minat berkunjung kembali ke Amazing Art World Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat motivasi wisatawan ke objek wisata Amazing Art World Bandung berada pada kategori sangat tinggi adalah motivasi untuk mencari pengalaman yang baru dan unik dengan jumlah persentase 84,6% yang berarti bahwa Amazing Art World Bandung harus dapat memberikan pengalaman yang baru dan unik terhadap aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengalaman berwisata di objek wisata Amazing Art World Bandung berada pada kategori sangat tinggi adalah pengalaman rasa takjub, rasa apresiasi terhadap keindahan hasil karya seni lukisan yang ditampilkan dan pengalaman yang belum pernah mengunjungi objek wisata yang sama sebelumnya dengan jumlah persentase 89%, 87,4% dan 85,8% yang berarti bahwa Amazing Art World Bandung harus dapat memberikan pengalaman yang menciptakan rasa takjub, rasa apresiasi dan kesan yang belum pernah mengunjungi objek wisata yang serupa sebelumnya terhadap wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut .
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat minat berkunjung kembali ke objek wisata Amazing Art World Bandung berada pada kategori tinggi adalah keinginan untuk merekomendasikan objek wisata tersebut menjadi tempat pilihan wisata yang wajib dikunjungi dengan jumlah persentase 81,6% yang berarti bahwa Amazing Art World Bandung harus dapat memberikan pengalaman yang menciptakan keinginan wisatawan untuk merekomendasikan objek wisata tersebut menjadi tempat pilihan wisata yang wajib dikunjungi.

4. Hasil hipotesis pertama menunjukkan besar kontribusi variabel motivasi wisatawan (X1) memperoleh nilai t_{hitung} 1,967 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,661 dengan tingkat nilai signifikan $0,052 < 0,1$ terhadap minat berkunjung kembali (Y), yang artinya bahwa variabel motivasi wisatawan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat variabel minat berkunjung kembali (Y).

5. Hasil hipotesis kedua menunjukkan besar kontribusi variabel pengalaman berwisata (X2) memperoleh nilai t_{hitung} 3,249 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dengan tingkat nilai signifikan $0,002 < 0,1$ terhadap minat berkunjung kembali (Y), yang artinya bahwa variabel pengalaman berwisata (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat variabel minat berkunjung kembali (Y).

6. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan besar kontribusi variabel motivasi wisatawan (X1) dan pengalaman berwisata (X2) memperoleh nilai F_{hitung} 33,648 lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,36, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,1$ terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y), yang artinya bahwa variabel motivasi wisatawan (X1) dan variabel pengalaman berwisata (X2) memiliki pengaruh yang simultan terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y).

7. Hasil pengujian koefisien determinasi antara variabel motivasi wisatawan (X1) dan variabel pengalaman berwisata (X2) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y), maka dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan dan pengalaman berwisata berpengaruh sebanyak 41% terhadap minat berkunjung kembali ke objek wisata Amazing Art World Bandung, sedangkan persentase sisanya yaitu 59% di pengaruhi oleh faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

a. Untuk pengelola Amazing Art World Bandung perlu untuk meningkatkan motivasi wisatawan melalui motivasi fisik yang terdiri dari memberikan penyegaran pikiran dan kesenangan, motivasi budaya yang terdiri dari memberikan tampilan budaya, tampilan gaya hidup masyarakat dan tampilan kesenian yang disajikan dengan lukisan, motivasi interpersonal yang terdiri dari memberikan pengalaman yang baru dan unik, motivasi status dan prestise yang terdiri dari memberikan pengembangan hobi terhadap wisatawan yang datang berkunjung.

b. Untuk pengelola Amazing Art World Bandung perlu untuk meningkatkan pengalaman berwisata melalui aspek kenyamanan yang terdiri dari memberikan pengalaman relaksasi, aspek pendidikan yang terdiri dari menampilkan sumber informasi objek belajar dan sumber untuk mengeksplorasi banyak hal, aspek hedonis yang terdiri dari memberikan kesan kegembiraan dan kesan yang dapat diingat selalu (*memorability*), aspek *novelty* yang terdiri dari memberikan kesan yang belum pernah mengunjungi objek wisata yang serupa sebelumnya, aspek pengakuan yang terdiri dari memberikan pelayanan yang baik, aspek relasional yang terdiri dari memberikan pengalaman yang sama dengan orang lain yang juga berkunjung, aspek keamanan yang terdiri dari memberikan rasa aman dari bahaya kejahatan dan memberikan rasa nyaman ketika berwisata dan aspek keindahan yang terdiri dari memberikan kesan rasa takjub dan apresiasi terhadap wisatawan yang berkunjung.

c. Untuk pengelola Amazing Art World Bandung perlu untuk meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan melalui aspek keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain yang terdiri dari menceritakan pengalaman kepada orang lain, mengatakan hal positif tentang objek wisata yang dikunjungi dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, aspek keinginan untuk kembali berkunjung yang terdiri dari berniat untuk berwisata kembali ke Amazing Art World Bandung.

d. Peneliti berharap agar penelitian ini tidak menjadi karya tulis terakhir, tetapi dapat mendorong dan menginspirasi peneliti selanjutnya untuk dapat menyempurnakan penelitian mengenai topik yang sama serta dapat mengembangkan variabel yang belum diteliti.

Khairunnisa, 2023

PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN BERWISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE AMAZING ART WORLD BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti secara langsung dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan yang dialami dan menjadi faktor yang harus diperhatikan kembali bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih mengoptimalkan penelitian yang dilakukan, berikut keterbatasan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Kesulitan dalam menentukan keakuratan data yang diperoleh dari para responden, karena hanya melibatkan responden dalam jumlah yang kecil yaitu sebanyak 100 orang responden, sehingga adanya kemungkinan kesamaan pada karakteristik sampel yang diteliti.
2. Keterbatasan pada metode penelitian serta pemahaman terhadap konsep ilmu pengetahuan kepariwisataan menjadi faktor terkendalanya proses penyusunan skripsi ini.