

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, yang telah dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui pengaruh motivasi pengunjung terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung ekowisata di Taman Nasional Gunung Merbabu, dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, diantaranya,

1. Berdasarkan hasil uji deskriptif, diketahui motivasi pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu berada di kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa responden yang merupakan pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu memiliki motivasi yang sangat tinggi untuk mengunjungi Taman Nasional Gunung Merbabu. Motivasi inilah yang menjadi salah satu faktor penilaian responden terhadap kepuasan setelah melakukan kunjungan ke Taman Nasional Gunung Merbabu, yang juga berada di kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa kunjungan mereka ke Taman Nasional Gunung Merbabu memberi kesan yang baik bagi mereka. Selanjutnya variabel berdasarkan analisis deskriptif, variabel loyalitas berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa pengunjung memiliki tingkat loyalitas yang sangat tinggi Taman Nasional Gunung Merbabu. Para responden, yang merupakan pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu, memiliki preferensi yang tinggi untuk menyebarkan opini atau ulasan positif tentang pengalamannya berkunjung Taman Nasional Gunung Merbabu dan merekomendasikannya ke orang lain disekitarnya, baik melalui media sosial maupun *word of mouth*. Selain menyebarkan ulasan positif dan merekomendasikan ke orang lain, responden atau pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu memiliki kecenderungan untuk melakukan kunjungan kembali atau *revisit*.

2. Berdasarkan hasil analisis hipotesis pertama diketahui motivasi menjadi faktor kunci yang mempengaruhi bagaimana pengunjung merespons dan menikmati pengalaman saat berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Selanjutnya, motivasi ini mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan ke Taman Nasional Gunung Merbabu, dengan tujuan memenuhi tujuan atau motivasi mereka, sehingga apabila tujuan atau motivasi mereka tercapai, akan meningkatkan rasa kepuasan mereka. Pengunjung yang memiliki motivasi tinggi, cenderung memiliki harapan yang lebih besar terhadap pengalaman kunjungannya tersebut, dan apabila harapan atau *ekspektasi* mereka terpenuhi, mereka akan merasa puas. Dengan demikian semakin tinggi tingkat motivasi seseorang, maka akan berpotensi semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.
3. Selanjutnya dari hasil analisis hipotesis kedua, tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi mempengaruhi loyalitas mereka terhadap Taman nasional Gunung Merbabu. Pengunjung yang merasa puas terhadap apa yang mereka dapatkan pada saat berkunjung, cenderung akan menyebarkan opini positif dan merekomendasikan ke orang lain sekitarnya, hingga memiliki kecenderungan untuk kembali berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang loyal berpotensi untuk menjadi media promosi Taman Nasional Gunung Merbabu. Dengan sikap loyalitas mereka yang menyebarkan ulasan positif dan merekomendasikan Taman Nasional Gunung Merbabu, sebagai sebuah destinasi, akan menciptakan popularitas dan citra positif Taman Nasional Gunung Merbabu, sehingga dapat mendatangkan pengunjung lain ke Taman Nasional Gunung Merbabu.
4. Kemudian uji hipotesis ketiga membuktikan bahwa motivasi pengunjung merupakan sebuah faktor internal pertama yang mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Motivasi ini dapat muncul dalam diri seseorang yang belum maupun sudah pernah melakukan kunjungan ke Taman Nasional Gunung Merbabu untuk kembali berkunjung ke Taman nasional Gunung Merbabu. Dengan kata lain, motivasi

menjadi faktor pendorong seseorang untuk melakukan kunjungan ke Taman nasional Gunung Merbabu, baik berupa kunjungan pertama maupun kunjungan kembali (*repeat visitor*).

5. Berdasarkan uji hipotesis keempat, diketahui bahwa kepuasan pengunjung sebagai variabel *intervening*, mampu memediasi secara semu pengaruh motivasi awal terhadap loyalitas pengunjung setelah berkunjung ke Taman nasional Gunung Merbabu. Meskipun diketahui motivasi pengunjung dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pengunjung, namun variabel kepuasan juga diperlukan untuk memediasi hubungan kedua variabel pada Sebagian pengunjung. Pengunjung yang merasa motivasi awalnya tercapai, akan merasa puas atas pengalaman kunjungannya tersebut dan berpeluang untuk mengulangi kunjungannya ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Selain memiliki kecenderungan berkunjung kembali, mereka juga dapat memberikan kontribusi positif dalam promosi Taman Nasional Gunung Merbabu, sehingga mendatangkan pengunjung lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran kepuasan dalam pengaruh motivasi terhadap loyalitas pengunjung memiliki dampak pada keberlanjutan Taman Nasional Gunung Merbabu sebagai destinasi ekowisata.

5.2 Keterbatasan Studi

Dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, pastinya tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan. Psebagai sebuah penelitian, penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di lokasi yang spesifik, yaitu Taman nasional Gunung Merbabu. oleh karena itu, generalisasi temuan penelitian ini terbatas pada konteks ekowisata di Taman Nasional Gunung merbabu dan tidak dapat secara langsung diterapkan pada destinasi ekowisata lain tanpa adanya penelitian kembali.
2. Penelitian ini hanya menggunakan metode pengumpulan data kuisisioner. Dimana metode tersebut memiliki keterbatasan, seperti peluang adanya bias responsa tau

ketidakakuratan jawaban responden. Selain itu, penggunaan metode tunggal juga dapat membatasi pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik penelitian ini, yaitu motivasi, kepuasan, dan loyalitas pengunjung.

3. Penyebaran kuisioner yang dilakukan dengan membagikan melalui sosial media, menjadi salah satu faktor sampel tidak representative. Mengingat bahwa media sosial lebih banyak digunakan oleh Generasi Z kebawah, dengan demikian, responden yang mengisi kuisioner mayoritas berasal dari Gen Z dengan rentang usia 21-30 tahun.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan studi, output akhir dari penelitian ini berupa saran bagi Balai Taman Nasional Gunung Merbabu selaku pengelola maupun saran bagi peneliti selanjutnya.

1. Bagi Balai Taman Nasional Gunung Merbabu

Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa motivasi awal pengunjung sebelum melakukan kunjungan sangat tinggi, dan kemudian hal ini berpengaruh pada loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung. Dengan demikian diketahui bahwa motivasi kunjungan merupakan faktor pendorong dari diri internal pengunjung. Setelah mengetahui faktor pendorong, maka pengelola harus membuat faktor penarik pengunjung.

Faktor penarik yang dimaksudkan adalah dapat dengan memunculkan inovasi-inovasi baru yang menarik minat pengunjung. Diketahui bahwa motivasi tertinggi pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu adalah motivasi *rewarding* atau pengalaman baru dan *nature* atau atraksi alam. Oleh karena itu salah satu upaya menarik pengunjung, diperlukan adanya inovasi pengembangan pariwisata berbasis alam di Taman Nasional Gunung Merbabu.

Namun, selain memanfaatkan motivasi dominan, pengelola juga perlu meningkatkan inovasi yang berdasarkan pada dimensi motivasi lainnya. Jika dikaitkan dengan demografi pengunjung dan pola kunjungan, sebagian besar pengunjung berprofesi sebagai pegawai swasta dan berkunjung Bersama dengan

teman atau keluarga. Dan tidak sedikit juga responden yang mengunjungi Taman Nasional Gunung Merbabu untuk mempererat hubungan dengan partner mereka, baik teman maupun keluarga. Hal ini tentu menjadi peluang yang perlu diperhatikan oleh pengelola. Pengelola dapat membuat inovasi untuk memperbaiki dan mengembangkan produk serta pelayanan paket keluarga dan kelompok, seperti paket *gathering* dengan target pasar adalah keluarga dan perusahaan.

Selanjutnya selain dengan melakukan berbagai inovasi, yang harus dilakukan pengelola adalah selalu memastikan kepuasan dari pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta pelayanan. Diketahui bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh pada tingkat loyalitas pengunjung. Apabila pengunjung merasa puas, maka loyalitas mereka terhadap Taman Nasional Gunung Merbabu akan meningkat. Loyalitas memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan dan keberlangsungan sebuah destinasi. Secara tidak langsung, loyalitas pengunjung dapat juga dijadikan sebagai strategi promosi. Apabila pengunjung menyebarkan ulasan positif dan merekomendasikan destinasi ke orang lain, sehingga menarik minat calon pengunjung.

Terakhir, mengingat Taman Nasional Gunung Merbabu merupakan destinasi ekowisata, namun tidak semua pengunjung merupakan *ecotourist* yang mengerti dan paham mengenai prinsip ekowisata, hal ini dapat mengakibatkan dampak negative bagi ekosistem Taman Nasional. Dengan demikian, perlu dilakukan edukasi atau penyuluhan bagi setiap pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu tentang prinsip ekowisata, sehingga pengunjung dapat memahami dan mengimplementasikannya Ketika melakukan kunjungan. hal ini dapat meminimalisir dampak negative bagi Kawasan Taman Nasional Gunung Merbabu.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan pada identifikasi keterbatasan penelitian ini, peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti lebih dalam mengenai motivasi dan kepuasan

pengunjung dengan lebih mendalam dengan menggunakan metode penelitian dan pendekatan lain. Penelitian selanjutnya juga sebaiknya dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan hasil analisis yang lebih detail dan tidak bias mengenai pengaruh motivasi terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung, sehingga hasil penelitian tersebut dapat melengkapi ketidaksempurnaan penelitian ini dan dapat digunakan sebagai acuan pengambilan kebijakan oleh Taman Nasional Gunung Merbabu.