

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian, dan pengujian regresi linier sederhana dilaksanakan mengenai analisis motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Tanggapan mengenai motivasi wisatawan pada Taman Wisata Alam Cimanggu mendapat penilaian yang tinggi dari wisatawan. Penilaian tertinggi pada indikator faktor pendorong motivasi wisatawan tertinggi yaitu *relaxing physically*, hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung memiliki keinginan yang sangat kuat untuk merelaksasikan tubuh yaitu salah satu caranya dengan berendam di pemandian air panas sambil menikmati keindahan alam di Taman Wisata Alam Cimanggu. Sedangkan pada indikator faktor pendorong motivasi wisatawan yang mendapat nilai terendah yaitu *have fun* yaitu dikarenakan wisatawan yang datang berkunjung kurang dapat merasakan kesenangan saat berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Selanjutnya pada indikator faktor penarik motivasi wisatawan yang mendapat nilai tertinggi yaitu *nice weather* dikarenakan cuaca yang dingin di Bandung Selatan sangat sesuai dengan aktivitas wisata berendam yang dapat dilakukan di Taman Wisata Alam Cimanggu. Sedangkan pada indikator faktor penarik motivasi wisatawan yang mendapat nilai terendah adalah *public transportation* yaitu dikarenakan karena wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu didominasi oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi dan transportasi umum yang tersedia menuju kawasan ini cukup terbatas.
2. Tanggapan mengenai keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Wisata Alam Cimanggu mendapat penilaian yang sedang. Keputusan berkunjung yang

terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan suatu merek, pemilihan saluran pembelian dan kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, jumlah kunjungan dan metode pembayaran.

Dapat diketahui bahwa pemilihan produk dan jasa mendapatkan penilaian paling tinggi, hal ini dikarenakan Taman Wisata Alam Cimanggu menawarkan produk wisata yang cukup beragam bagi wisatawan yaitu berendam, outbound, dan juga menginap. Presentase penelitian yang paling rendah terdapat pada jumlah kunjungan, hal ini karena wisatawan tidak dapat melakukan kunjungan secara berkala atau sering melakukan kunjungan di karenakan wisatawan memiliki aktifitas dan rutinitas yang harus dijalankannya.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.

5.2 Rekomendasi

Konsep motivasi wisatawan merupakan konsep yang paling diterapkan sebagai acuan teori pemasaran jasa termasuk jasa destinasi pariwisata. Oleh karena itu, penulis mencoba memberikan rekomendasi seperti hal-hal berikut:

1. Berdasarkan hasil penilaian wisatawan terhadap motivasi wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu terbukti dapat mempengaruhi keputusan berkunjungnya dalam hal ini masih terdapat beberapa kekurangan dan harus diperbaiki untuk dapat meningkatkan keputusan berkunjung.

Tanggapan mengenai motivasi wisatawan pada Taman

Wisata Alam Cimanggu pada indikator faktor pendorong motivasi wisatawan yang mendapat nilai tertinggi adalah *relaxing physically*, hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung memiliki keinginan yang sangat kuat untuk merelaksasikan tubuhnya yaitu salah satunya dengan berendam di pemandian air panas sambil menikmati keindahan alam di Taman Wisata Alam Cimanggu. Untuk itu pengelola Taman Wisata Alam Cimanggu harus dapat memanfaatkan situasi ini dengan memperbaiki fasilitas yang dapat mendukung wisatawan dalam mereleksasikan diri dan juga

menciptakan dan menawarkan produk wisata baru seperti, Spa atau pijat relaksasi sehingga dapat meningkatkan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu . Sedangkan terendah yaitu pada item pertanyaan tingkat keinginan untuk bersenang-senang yaitu dikarenakan karena wisatawan yang dating berkunjung kurang merasakan kesenangan saat berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Untuk itu pengelola Taman Wisata Alam Cimanggu perlu melakukan suatu strategi yang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi wisatawan yang berkunjung, seperti mengadakan *live music* atau *event* khusus yang dapat membuat wisatawan merasa lebih terhibur saat berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Selanjutnya pada indikator faktor penarik motivasi wisatawan yang mendapat nilai terendah yaitu pada item pertanyaan tingkat keinginan berkunjung karena ketersediaan transportasi umum menuju Taman Wisata Alam Cimanggu yaitu hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu didominasi oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi dan transportasi umum yang tersedia menuju kawasan ini cukup terbatas. Untuk itu pengelola Taman Wisata Alam Cimanggu perlu meningkatkan kemudahan bagi wisatawan, baik wisatawan yang berkunjung dengan menggunakan transportasi pribadi maupun umum, seperti menawarkan dan menyediakan transportasi khusus bagi wisatawan yang mau mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu namun tidak membawa kendaraan. Sedangkan yang mendapat nilai tertinggi adalah *nice weather* hal ini dikarenakan cuaca yang dingin di Bandung Selatan (Ciwidey) sangat sesuai dengan aktivitas wisata berendam yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu bagi wisatawan . Untuk itu Taman Wisata Alam Cimanggu perlu memperbaiki fasilitas sarana dan prasarana yang dapat mendukung aktivitas wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu juga dapat membuat strategi promosi dengan

menonjolkan keunggulan ini, seperti membuat periklanan yang menonjolkan kesesuaian aktivitas wisata (berendam) yang dimiliki Cimanggu dengan kondisi cuaca di Ciwidey sehingga dapat membuat wisatawan untuk semakin tertarik berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu .

2. Tanggapan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu yang mendapatkan presentase penelitian yang paling rendah terhadap jumlah kunjungan, hal ini karena wisatawan tidak dapat melakukan kunjungan secara berkala atau sering di karenakan wisatawan memiliki aktifitas dan rutinitas yang harus dijalankan setiap harinya. Untuk itu Taman Wisata Alam Cimanggu harus dapat membuat jumlah kunjungan wisatawan meningkat dengan memperbaiki produk, fasilitas serta pelayanan yang dapat menarik wisatawan untuk lebih sering melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu.
3. Motivasi Wisatawan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Berdasarkan hasil penelitian ini, motivasi wisatawan yang meliputi faktor pendorong dan faktor penarik yang terdiri dari : *Discovering new places, trying something new, relaxing physically, relieving stress, finding excitements, escaping from routine, dan having fun.* Sedangkan faktor penarik motivasi terdiri dari: *Landscape, natural environment, relaxing atmosphere, security, nice weather, accessibility, public transportation, hospitality, lodging, shopping Distance, dan sport equipment* menunjukkan pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Untuk itu pengelola Taman Wisata Alam Cimanggu perlu untuk meningkatkan kualitas produk wisata maupun jasa yang ditunjang dengan fasilitas yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga dapat meningkatkan keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.
4. Penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Salah satunya adalah dalam pengkajian teori motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung. Diharapkan agar

penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai motivasi wisatawan terutama dari sub variabelnya dan indikatornya agar dapat mengukur efektifitas dari motivasi wisatawan itu sendiri. Sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya di Taman Wisata Alam Cimanggu, para peneliti diharapkan dapat mengkaji lebih luas mengenai sub variabel dan indikator dari motivasi wisatawan yang lebih cocok atau menggunakan variabel lain yang dapat lebih mempengaruhi keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.

5. Dalam penelitian ini penulis menyadari masih terdapatnya kekurangan dan kelemahan dari segi teori-teori pendukung yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari sub variabel motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu atau pada industri destinasi pariwisata, para peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai keputusan berkunjung dari variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung seperti motivasi wisatawan namun dengan menggunakan teori yang berbeda dari penelitian ini atau variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung dan motivasi wisatawan.

