

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap wisatawan nusantara mengenai pengaruh *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *film induced tourism* yang terdiri dari lima indikator yaitu motivasi berkunjung, pengetahuan sejarah, keindahan lokasi, ketertarikan emosional, dan komersial berada pada kategori sedang. Hal tersebut didasarkan pada hasil perolehan skor dari jawaban responden untuk variabel *film induced tourism*. Dari hasil rekapitulasi data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada variabel *film induced tourism* adalah indikator keindahan lokasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa keinginan berkunjung wisatawan ke Yogyakarta disebabkan oleh faktor keindahan lokasi. Hal tersebut dapat dikarenakan mayoritas responden merasa tertarik dengan keindahan lokasi yang ada di lokasi film AADC 2, seperti Punthuk Setumbu yang merupakan salah satu spot paling menarik untuk melihat *sunrise*. Kemudian ada Gereja Ayam yang merupakan sebuah gereja yang berbentuk ayam, dimana wisatawan dapat melihat pemandangan yang sangat indah dari atas gereja ayam tersebut. Kemudian ada Istana Ratu Boko yang berkebalikan dengan Punthuk Setumbu, yang merupakan salah satu spot menarik untuk melihat *sunset*. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah komersial yang menggambarkan bahwa wisatawan kurang tertarik oleh tour AADC 2 yang ditawarkan. Akan tetapi, jumlah skor dari kelima indikator tersebut tidak begitu jauh sehingga dapat disimpulkan bahwa tanggapan wisatawan nusantara terhadap variabel *film induced tourism* adalah cukup baik atau cenderung positif.

2. Tingkat keputusan berkunjung yang terdiri dari tiga indikator yaitu *where to go*, *what to do*, dan *how to travel* berada pada kategori tinggi. Hal tersebut didasarkan pada hasil perolehan skor pada variabel keputusan berkunjung. Dari tiga indikator yang dimiliki oleh keputusan berkunjung, indikator dengan skor tertinggi pada variabel keputusan berkunjung ini adalah *where to go*. Yang menunjukkan bahwa wisatawan nusantara tertarik untuk berkunjung ke Yogyakarta disebabkan oleh daya tarik lokasi yang ditawarkan dan manfaat yang dapat diperoleh di lokasi film AADC 2. Sedangkan indikator yang terendah pada variabel keputusan berkunjung ini *how to travel*. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan nusantara tidak tertarik untuk berkunjung ke Yogyakarta karena aksesibilitas dan ketersediaan transportasi menuju lokasi film AADC 2.
3. Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta. Sehingga dapat diketahui bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh *film induced tourism*.

1.2. Implikasi

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa pengaruh *film induced tourism* terhadap keputusan berkunjung wisatawan berada dalam kategori tinggi, hal ini berimplikasi agar pariwisata kota Yogyakarta perlu meningkatkan keputusan berkunjung menggunakan *film induced tourism*, dengan demikian pariwisata kota Yogyakarta bisa bersaing dan mendapatkan banyak keuntungan dalam jangka waktu ke depan.

1.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh *film induced tourism* AADC 2 terhadap keputusan berkunjung ke Yogyakarta. Maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat di jadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan

bagi dinas pariwisata maupun peneliti selanjutnya dalam mengambil kebijakan yang akan di ambilnya.

1. Pada variabel *film induced tourism*, indikator komersial merupakan indikator yang terendah, karenanya diharapkan dinas pariwisata meningkatkan interaksi dengan konsumen dengan cara semakin banyak menonjolkan objek wisata di Yogyakarta dalam berbagai publikasi seperti *social media* sehingga wisatawan menjadi tertarik untuk berkunjung ke Yogyakarta dan mencoba *tour AADC 2*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian dilakukan di Yogya secara keseluruhan tidak hanya terpaku pada lokasi-lokasi film AADC 2 saja, sehingga responden penelitiannya pun dapat mencakup wisatawan mancanegara.
3. Peneliti juga mengajukan saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya, hendaknya dapat dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Yogyakarta yang tidak diteliti pada penelitian ini agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif mengenai keputusan berkunjung ke Yogyakarta.