

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 100 kuesioner kepada wisatawan Malaysia yang melakukan *city break* ke DKI Jakarta melalui analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode Analisis Linear Berganda MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung melalui fitur *city break*, maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan wisatawan Malaysia mengenai motivasi wisatawan yang terdiri dari *push factors* dan *pull factors* dapat dikategorikan kuat. Dimensi yang memiliki tingkat dorongan yang lebih kuat adalah *pull factors*, hal ini menunjukkan bahwa DKI Jakarta sebagai ibukota Negara yang memiliki keunggulan identitas yang tidak bisa disaingi oleh kota-kota lainnya, telah berhasil memberikan pengaruh secara eksternal, situasional dan kognitif kepada wisatawan untuk akhirnya wisatawan memilih satu destinasi daripada yang lain.
2. Tanggapan dari wisatawan Malaysia terhadap keputusan berkunjung di DKI Jakarta yang terdiri dari *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing* dan *payment method* memiliki nilai tinggi. Kontribusi paling tinggi terdapat pada *dealer choice*. Hal ini disebabkan karena dengan adanya intermediaris, wisatawan mendapat kemudahan yang lebih untuk mendapatkan berbagai hal yang mendukung terlaksananya kegiatan berwisata, seperti mendapatkan tiket perjalanan melalui *booking online* (internet) ataupun melalui *travel agent*. Internet biasanya memainkan peranan penting dalam keputusan perjalanan, khususnya untuk perjalanan *city break*.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi wisatawan yang terdiri dari *push factors* dan *pull factors* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Malaysia di DKI Jakarta.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan rekomendasi beberapa hal mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan yang terdiri dari *push factors* dan *pull factors* serta berdampak pada keputusan berkunjung melalui fitur *city break* di DKI Jakarta sebagai berikut:

1. Motivasi wisatawan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Rekomendasi yang diberikan untuk pengelola pariwisata di DKI Jakarta untuk dimensi yang lebih lemah berdasarkan hasil kuesioner yaitu *push factors*, faktor dorongan yang berasal dari dalam diri wisatawan, seperti ingin bersenang-senang, menghabiskan waktu luang, berinteraksi sosial di tempat yang baru, berinteraksi dengan kawan seperjalanan, dan keinginan untuk keluar dari kegiatan sehari-hari untuk sementara. Beberapa hal tersebut memiliki penilaian yang lemah, oleh karena itu DKI Jakarta perlu meningkatkan *event* terkait pariwisata DKI Jakarta serta lebih banyak promosi bahwa DKI Jakarta merupakan destinasi yang cocok untuk dapat menjadi destinasi untuk bersenang-senang, dapat berinteraksi dengan kerabat dan orang disekitar. Peningkatan fasilitas serta infrastruktur terkait kenyamanan bagi wisatawan ketika berkunjung ke DKI Jakarta dapat memperkuat motivasi wisatawan untuk berkunjung ke DKI Jakarta. Kuatnya motivasi wisatawan juga bertujuan agar dapat meningkatkan keputusan berkunjung serta penguatan *brand* DKI Jakarta sebagai salah satu destinasi wisata urban unggulan di dunia internasional.

Fitriana Nurussiam, 2018

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI FITUR CITY BREAK : Survey terhadap Wisatawan Malaysia yang Melakukan City Break di DKI Jakarta.

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

2. Perilaku dari wisatawan Malaysia yang berkunjung ke DKI Jakarta yang mendapatkan nilai terendah terdapat pada *purchase timing* dan *product choice*. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian waktu pembelian tiket kunjungan serta kurang terasanya keuntungan yang sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan. Maka dari itu perlu ditingkatkan lagi promosi atau diadakan lebih banyak lagi *event* atau acara yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan Malaysia pada waktu tertentu. Serta peningkatan fasilitas, infrastruktur serta layanan di DKI Jakarta khususnya di destinasi-destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan, agar harga yang telah wisatawan keluarkan akan setara dengan apa yang mereka dapatkan. Rekomendasi untuk dimensi *product choice* yaitu memperkuat konsep DKI Jakarta sebagai destinasi yang cocok untuk wisata *city break* dengan berbagai tempat yang dapat dikunjungi serta banyak hal yang dapat dilakukan dengan tidak menghabiskan waktu terlalu lama (*one stop destination*), agar dapat bersaing dengan destinasi-destinasi kota lainnya di negara lain.
3. Penilaian yang diberikan oleh wisatawan Malaysia terhadap fitur *city break* yang ada di DKI Jakarta sudah sangat bagus, Nilai skor terendah berada pada tingkat kecenderungan wisatawan untuk pergi bersama keluarga atau anak ke DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak wisatawan yang datang perseorangan atau dengan jumlah yang sedikit (bukan merupakan perjalanan keluarga). Dalam hal ini, DKI Jakarta perlu meningkatkan promosi bahwa DKI Jakarta merupakan destinasi yang nyaman serta ramah untuk bepergian bersama kerabat ataupun keluarga. Kegiatan *city break* kebanyakan tidak bepergian dengan terlalu banyak orang, maka dari itu DKI Jakarta perlu meningkatkan citra DKI Jakarta

Fitriana Nurussiam, 2018

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI FITUR CITY BREAK : Survey terhadap Wisatawan Malaysia yang Melakukan City Break di DKI Jakarta.

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

sebagai destinasi yang ramah terhadap wisatawan keluarga juga agar para calon wisatawan keluarga dapat mempertimbangkan DKI Jakarta sebagai tujuan wisata selanjutnya.

4. Masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dari itu disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung melalui fitur *city break* untuk melakukan penelitian menggunakan teori yang lebih luas serta sumber yang lebih banyak, terutama mengenai *city break* yang masih sangat terbatas, atau melakukan penelitian dengan model keputusan berkunjung yang lain, atau melakukan penelitian pada objek yang berbeda.

Fitriana Nurussiam, 2018

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI FITUR CITY BREAK : Survey terhadap Wisatawan Malaysia yang Melakukan City Break di DKI Jakarta.

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