

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 400 angket atau kuesioner kepada wisatawan yang memutuskan berkunjung di Dago Dreampark dan dengan perhitungan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Dago Dreampark, maka dari pemaparan tersebut kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan wisatawan Dago Dreampark mengenai gambaran motivasi wisatawan yaitu dalam kategori tinggi (baik), dimensi dengan penilaian tertinggi yaitu *relaxation*. Wisatawan termotivasi untuk memutuskan berkunjung dikarenakan ingin menyegarkan fisik dan emosional serta bersenang-senang di Dago Dreampark. Dimensi dengan penilaian terendah yaitu *physical refreshment* dikarenakan hanya sebagian kecil dari motivasi wisatawan yang berkunjung untuk melakukan olahraga atau pun sekedar berinteraksi dengan sesama wisatawan lainnya.
2. Gambaran keputusan berkunjung yang terdiri dari dimensi *product choice*, *brand choice*, *purchase timing*, *purchase amount*, dan *payment method* berada pada kategori tinggi (baik), dimensi dengan nilai tertinggi yaitu *product choice*, karena wisatawan menilai Dago Dreampark memiliki keindahan alam hutan pinus dan memiliki aneka ragam wahana menarik. Dimensi dengan penilaian terendah yaitu *payment method*, dikarenakan wisatawan sering kali enggan untuk menuju loket tiket yang disediakan karena di setiap wahana tidak menyediakan tiket langsung di tempat.
3. Secara simultan variabel motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung dan secara parsial hanya satu yang tidak memiliki pengaruh signifikan yaitu dimensi *self-actualization*. Sedangkan dimensi lainnya yaitu *scenery and exotic experience*, *relaxation*, *physical refreshment* dan *pleasure seeking/fantasy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Dago Dreampark sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari tanggapan wisatawan sebagai responden, variabel motivasi wisatawan merupakan faktor utama dan penting dalam mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Dago Dreampark. Namun menurut hasil temuan penelitian ini terdapat dimensi yang tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial yaitu *self-actualization* yaitu dimana wisatawan kurang merasa puas untuk memenuhi kebutuhan berliburnya dan merasa tidak berkeinginan untuk membuat orang lain terkesan. Hal itu dapat berhubungan mengenai jenuhnya wahana atau atraksi dan mengharapkan sesuatu yang baru, serta Dago Dreampark dianggap suatu destinasi yang biasa saja di mata wisatawan. Maka dari itu diharapkan pengelola Dago Dreampark dapat terus menambah inovasi untuk membuat daya tarik yang belum dimiliki destinasi wisata sejenis.
2. Pada variabel motivasi wisatawan yaitu *scenery and exotic experience* memiliki nilai yang cukup tinggi, maka langkah baiknya penulis menyarankan pengelola dapat mempertahankan penilaian baik dari wisatawan dengan menambah keindahan Dago Dreampark seperti menambah taman-taman di berbagai area. Dimensi *relaxation* dengan penilaian tertinggi diharapkan pengelola dapat menjaga penilaian baik mengenai kenyamanan wisatawan saat di Dago Dreampark dengan memperhatikan kebersihan lingkungan agar kesegaran dan kesejukan alam hutan pinus Dago Dreampark tetap terjaga sehingga wisatawan merasa nyaman untuk bersenang-senang wisata di Dago Dreampark. Dimensi *pleasure seeking/fantasy* dengan penilaian dari wisatawan yang cukup tinggi lainnya diharapkan dapat mempertahankan motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Dago Dreampark, sedangkan dimensi dengan penilaian terendah yaitu *physical refreshment* diharapkan pengelola dapat memperhatikan dimensi tersebut dan meningkatkannya supaya pada penelitian selanjutnya dapat memiliki nilai yang baik.
3. Pada variabel keputusan berkunjung penilaian terendah diberikan kepada dimensi *payment method*. Untuk mengatasi masalah tersebut, pengelola dapat

mempertimbangkan untuk menambahkan metode pembayaran seperti menggunakan dompet *online* yang saat ini digunakan oleh masyarakat Indonesia dan penggunaanya mudah hanya dengan cara memindai *QR code*. Hal tersebut dapat diterapkan di setiap wahana sehingga wisatawan dapat merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran tanpa perlu untuk mengunjungi loket tiket yang tersedia di beberapa area.

4. Hasil penelitian menyatakan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, maka dari itu pihak pengelola Dago Dreampark diharapkan dapat terus memperhatikan dan meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Dago Dreampark dengan cara memenuhi keinginan wisatawan dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.
5. Penulis menyadari dalam penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, keterbatasan, dan jauh dari sempurna, sehingga untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap variabel lainnya seperti *satisfaction* atau *tourist loyalty*, dengan menambahkan indikator lain yang tidak diuji pada penelitian ini seperti menggunakan dimensi dan teori terbaru serta pada metode penelitian yang berbeda sehingga penelitian pada pembahasan ini dapat berkembang menjadi lebih baik.