

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penulis melalui kuesioner dan analisis data yang telah dilakukan serta hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda, pengaruh adanya motivasi wisatawan nusantara berdasarkan faktor pendorong maupun penarik berkaitan dengan keputusan melakukan kunjungan ke Desa Wisata Mergolangu. Akan penulis jabarkan seperti yang dibawah ini :

1. Respon wisatawan terhadap faktor pendorong memiliki skor yang cukup tinggi. Faktor dengan skor paling tinggi yaitu *escape* yaitu dengan persentase sebesar 11,81%. Dapat diartikan faktor pendorong wisatawan nusantara dalam melakukan kunjungan ke Desa Wisata Mergolangu adalah karena *escape* atau ingin melepaskan diri dari kejenuhan pekerjaan sehari-hari. Faktor dengan penilaian terendah adalah *prestige* dengan persentase sebesar 6,83%. Dapat diartikan bahwa kunjungan wisatawan nusantara ke Daya Tarik Mergolangu tidak didasari *prestige* atau keinginan untuk menaikkan gengsi dengan melakukan perjalanan wisata.
2. Tanggapan responden terhadap faktor penarik memiliki skor yang cukup tinggi. Faktor dengan skor paling tinggi yaitu ketersediaan atraksi atau daya tarik wisata dengan persentase sebesar 48,31%. Hal tersebut dikarenakan atraksi atau daya tarik di Desa Wisata Mergolangu yang beragam seperti adanya daya tarik wisata alam

maupun kegiatan rekreasinya. Faktor dengan penilaian terendah adalah aksesibilitas dengan persentase sebesar 9,39%. Hal tersebut dikarenakan lokasi Desa Wisata Mergolangu yang jauh dari jalan raya serta kondisi jalan yang masih perlu diperbaiki. Selain itu lokasi hanya bisa dijangkau dengan kendaraan pribadi.

3. Tanggapan responden terhadap keputusan berkunjung secara umum memiliki penilaian yang baik. Penilaian tertinggi pada keputusan berkunjung adalah pilihan produk dengan persentase sebesar 26,08%. Dapat diartikan bahwa kunjungannya ke Desa Wisata Mergolangu dikarenakan adanya daya tarik wisata yang beragam dan tingkat layanan jasa yang diberikan. Sedangkan penilaian terendah pada keputusan berkunjung adalah pilihan waktu kunjungan dengan persentase sebesar 12,57%. Dapat diartikan bahwa kunjungannya dilakukan berdasarkan pilihan waktu tertentu.
4. Tingkat hubungan antara motivasi wisatawan dengan keputusan berkunjung dengan nilai korelasi (R) adalah 0,766 berada pada interval koefisien 0,60-0,799 yang artinya posisi relasi motivasi wisatawan dengan keputusan berkunjung adalah kuat.
5. Persentase sumbangan pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung adalah 58,7%, yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
6. Pengaruh motivasi wisatawan yang terdiri dari sub-variabel faktor penarik dan faktor pendorong terhadap keputusan berkunjung dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diketahui secara terus-

menerus atau serentak didapatkan nilai f-hitung sebesar 68,818 yang lebih besar daripada f-tabel yaitu 3,09, serta nilai signifikansi 00,00 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dari penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H_a diterima atau motivasi wisatawan yang terdiri dari faktor pendorong dan faktor penarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

B. Saran

Berdasarkan temuan peneliti maka diperoleh hasil pada motivasi wisatawan saat pengambilan keputusan berkunjung pada Desa Wisata Mergolangu. Berikut beberapa saran yang diberikan untuk meningkatkan kunjungan:

1. Tanggapan responden mengenai aksesibilitas perlu mendapatkan perhatian khusus karena aksesibilitas merupakan salah satu komponen pariwisata yang penting. Pemerintah sebaiknya mempercepat perbaikan akses menuju Desa Wisata Mergolangu dengan juga memperhatikan fasilitas tambahan lain seperti papan arah di sepanjang jalan. Selain itu, apabila dilakukan penyediaan transportasi umum dirasa akan mempermudah wisatawan yang datang tanpa kendaraan pribadi.
2. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan wisatawan pemerintah sebaiknya menyediakan fasilitas umum yang jaraknya dekat dengan Desa Wisata Mergolangu seperti fasilitas kesehatan dan keamanan terutama untuk keadaan-keadaan mendesak.

3. Untuk meningkatkan minat berkunjung pengelola Desa Wisata Mergolangu perlu membuat paket wisata yang menarik yang tidak hanya menjual keindahan alamnya tetapi juga dapat bekerjasama dengan masyarakat setempat dengan mengusung budaya tradisional masyarakatnya. Hal tersebut dimaksudkan agar para wisatawan dapat memperoleh pengalaman yang mengesankan selama berwisata di Desa Wisata Mergolangu.
4. Guna meningkatkan jumlah kunjungan, pengelola Desa Wisata Mergolangu sebaiknya memperluas pemasaran baik yang sudah berjalan maupun menggunakan media promosi yang lainnya. Media promosi yang sudah berjalan yaitu melalui media sosial sebaiknya dilakukan pembuatan konten yang lebih menarik dengan menyoroti daya tariknya. Selain itu, pengelola juga dapat bekerjasama dengan agen *tour & travel* dalam penjualan paket wisata dan juga sebagai media promosinya.
5. Penulis menyadari masih terdapat berbagai ketidak sempurnaan karena keterbatasan peneliti. Penelitian ini hanya meneliti mengenai faktor pendorong dan faktor penarik yang memberikan kontribusi sebesar 58,7%. Sehingga masih terdapat banyak faktor lain yang yang mampu memberi pengaruh pada keputusan berkunjung ke Desa Wisata Mergolangu. Maka dari itu, peneliti mengharapkan penelitian lebih lanjut mengenai hal-hal lain yang dapat mempengaruhi kunjungannya seperti *branding*, pemasaran, tingkat ekonomi, *image* dan sebagainya.