

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil pengelolaan penelitian melalui serangkaian uji menunjukkan bahwa variabel Atraksi Wisata, Motivasi Wisatawan, dan Direct Marketing secara bersama – sama memiliki pengaruh positif signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keseluruhan menghasilkan hasil yang signifikan.

1. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa atraksi wisata (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dari hasil penelitian ini diperkuat dengan menggunakan uji t untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $10,106 > 1,984$ dari t tabel, sehingga menunjukkan bahwa atraksi wisata (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.
2. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa motivasi wisatawan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dari hasil penelitian ini diperkuat dengan menggunakan uji t untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $12,870 > 1,984$ dari t tabel, sehingga menunjukkan bahwa motivasi wisatawan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.
3. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa *direct marketing* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.. Dari hasil penelitian ini diperkuat dengan menggunakan uji t untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $12,110 > 1,984$ dari t tabel, sehingga menunjukkan bahwa *direct marketing* (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.

4. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel Atraksi wisata, Motivasi Wisatawan, dan Direct Marketing secara simultan (bersama – sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Keputusan Berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.
5. Dalam penelitian ini, dapat dilihat dari ketiga variabel yang ditemukan bahwa variabel Motivasi Wisatawan merupakan nilai yang terbesar dan paling signifikan dalam mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok, dengan nilai 12,870 dengan persentase 26,57%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulannya, terhadap beberapa saran sebagai berikut:

1. Dikarenakan Atraksi Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok, maka pihak pengelola objek wisata perlu menciptakan inovasi atraksi wisata baru yang unik dan interaktif seperti menambahkan wisata edukasi berbasis teknologi dan meningkatkan kualitas atraksi wisata yang sudah ada dengan cara memperbaiki fasilitas secara berkala untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.
2. Dikarenakan Motivasi Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok, maka pihak pengelola objek wisata perlu memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung dengan cara melakukan survei pada wisatawan yang sudah berkunjung, serta pengelola dapat mengembangkan lebih banyak program edukasi lainnya agar wisatawan termotivasi untuk mengunjungi objek wisata D’Kandang Amazing Farm.
3. Dikarenakan *Direct Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok, maka pihak pengelola objek wisata perlu memanfaatkan media sosial lebih optimal lagi untuk berinteraksi

langsung dengan wisatawan, serta membuat konten interaktif agar wisatawan tertarik dengan objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok, dengan mengoptimalkan media sosial maka akan meningkatkan wisatawan yang berkunjung pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm Depok.

4. Dikarenakan lokasi objek wisata D’Kandang Amazing Farm berdekatan dengan tempat pembuangan akhir (TPA) yang berpotensi menimbulkan polusi udara, pihak pengelola objek wisata perlu mengambil langkah proaktif untuk mengatasi dan meminimalkan dampaknya. Seperti peningkatan penghijauan di sekitar area wisata sebagai penyangga alami polusi, berkolaborasi dengan pemerintah dan pengelola TPA untuk memperbaiki pengelolaan limbah serta memberikan edukasi lingkungan kepada pengunjung.
5. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata D’Kandang Amazing Farm dengan menggunakan variabel Aksesibilitas dan Fasilitas Penunjang serta menggunakan teknik pengolahan data yang lebih mendalam seperti Menggunakan metode *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS atau menggunakan *Path Analysis*.