

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil uji hipotesis yang sudah dibuat dengan jumlah responden 100 orang dalam riset yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Wisata, dan Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus”, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pada variabel *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus. Hal tersebut karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,296 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,001 < 0,05$). Sehingga H_1 diterima dan H_{01} ditolak, yang menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus.
2. Terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pada variabel citra wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus. Hal tersebut karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,982 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_2 diterima dan H_{02} ditolak, yang menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh antara citra wisata terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus.
3. Terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pada variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus. Hal tersebut karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,361 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,001 < 0,05$). Sehingga H_3 diterima dan H_{03} ditolak, yang menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh antara Motivasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo’an Desa Soco Dawe Kudus.

Berdasarkan uraian diatas *word of mouth*, citra wisata dan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dan diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel tersebut. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adriel Jordan Anggono mengatakan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, dalam penelitian yang dilakukan oleh Chairul Anam disebutkan bahwa citra wisata juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rina Nur Chasanah dan Andreas Wijaya menyatakan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung.

B. Saran

Bersumber pada hasil penelitian ini, pembahasan sampai dengan kesimpulan dalam penelitian ini, bisa ditarik beberapa saran yang dapat memberikan manfaat pada pihak yang terkait pada penelitian ini:

1. Bagi Wisata Bukit Krobo'an

Word of mouth merupakan aspek paling penting yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus, hal ini dibuktikan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa konsumen mengetahui Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus dari pembicaraan orang terdekat seperti keluarga, tetangga, teman dan rekan kerja. Oleh karena itu disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan citra yang lebih baik supaya pengunjung yang berkunjung membagi pengalaman terbaiknya kepada calon pengunjung baru.

Citra wisata merupakan hal penting terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus. Hal tersebut dapat dilihat dari seberapa berpengaruh variabel tersebut terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh pengunjung. Oleh karena itu hal yang harus dilakukan oleh pengelola Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus untuk mempertahankan citra wisata tersebut dan juga meningkatkan citra supaya tetap menarik pengunjung dan dapat menarik calon pengunjung baru.

Motivasi juga memiliki peran penting terhadap keputusan berkunjung. Hendaknya pengelola lebih memperhatikan berbagai faktor penarik serta pendorong yang mempengaruhi keputusan dalam berkunjung, yang perlu diperhatikan yaitu nilai positif dari suatu citra wisata yang memberikan kesan baik terhadap pengunjung supaya nantinya termotivasi untuk mengunjungi Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus, serta nantinya dapat mempromosikan melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada calon pengunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik penelitian yang sama dengan penelitian ini diharapkan agar lebih menyempurnakan penelitiannya dengan menambah variabel diluar penelitian ini guna memperluas pengetahuan tentang faktor yang bisa mempengaruhi keputusan berkunjung dan juga meningkatkan populasi saat penelitian selanjutnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti telah berupaya untuk meminimalkan adanya keterbatasan pada penelitian ini dengan berusaha semaksimal mungkin ketika menjalankan penelitian, akan tetapi masih menemukan keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya mengusut 3 variabel independen yaitu *word of mouth*, citra wisata dan motivasi yang mempengaruhi 1 variabel dependen yaitu keputusan berkunjung.
2. Variabel bebas (independen) yang dimasukkan hanya mampu mempengaruhi variabel dependennya sebesar 63,1% sehingga masih ada 36,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

S

