

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik, Strategi *Positioning* dan *Memorable Tourism Experience* Terhadap Keputusan Berkunjung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada Wisata Seribu Batu Semliro”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung di Wisata Seribu Batu Semliro. Dapat dilihat dengan nilai t_{hitung} memperoleh 4,959 > sedangkan t_{tabel} memperoleh 1,9857 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu secara parsial menyatakan bahwa variabel daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Seribu Batu Semliro.
2. Hasil uji statistik dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh strategi *positioning* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Seribu Batu Semliro. Dapat dilihat dengan nilai t_{hitung} memperoleh 4,014 > sedangkan t_{tabel} memperoleh 1,9857 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, secara parsial menyatakan bahwa variabel strategi *positioning* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Seribu Batu Semliro.
3. Hasil uji statistik dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh variabel *memorable tourism experience* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Seribu Batu Semliro. Dapat dilihat dengan nilai t_{hitung} memperoleh 2,383 > sedangkan t_{tabel} memperoleh 1,9857 dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Maka dari itu, secara parsial menyatakan bahwa variabel *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Seribu Batu Semliro.
4. Hasil uji statistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 99,466 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sedangkan F_{tabel} 2,70. Jadi dapat dikatakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($99,466 > 2,70$) maka daya tarik, strategi *positioning* dan *memorable tourism experience* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Seribu Batu Semliro.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian di atas, adapun saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi Pengelola

Bagi pengelola hendaknya agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung, yang perlu diperhatikan antara lain dengan mengembangkan daya tarik wisata menjadi lebih menarik dari sebelumnya, memosisikan nilai produk atau jasa (*positioning*) didalam benak wisatawan dengan baik dan benar, karena dengan begitu dapat membuat pengalaman menyenangkan dan berkesan di setiap pengunjung, maka akan besar kemungkinan wisatawan dapat berkunjung ulang di kemudian hari.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama yang diangkat dalam penelitian ini, diharapkan untuk menyempurnakan penelitiannya, misalnya dengan memberikan variabel tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini, karena penelitian ini belum sempurna untuk bisa diketahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjungnya wisatawan ke suatu destinasi. Mengingat kemampuan dalam menjelaskan dan belajarnya masih relatif tidak kompeten.