

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang sudah ditemukan dalam penelitian dilapangan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian “Pengaruh *Word of Mouth* dan *Travel Motivation* terhadap Minat Berkunjung ke Pantai Tikus Emas Kab Bangka Sungailiat” adalah sebagai Berikut :

1. *Word of Mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas Kab Bangka Sungailiat.
2. *Travel Motivation* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas Kab Bangka Sungailiat.
3. *Word of Moth* dan *Travel Motivation* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas Kab Bangka Sungailiat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran yang ditujukan untuk pengelola Pantai Tikus Emas

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *word of mouth* yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *Talkers, Topics, Tools, Taking Part* dengan jumlah 8 indikator pertanyaan. Terdapat indikator pertanyaan yang mempunyai nilai skor mean terendah, yaitu mengetahui tempat wisata melalui brosur. Sehingga saran yang

diberikan untuk pengelola adalah pengelola harus lebih memperkenalkan wisata Pantai Tikus Emas melalui brosur sehingga dapat menaikkan minat berkunjung.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *travel motivation* yang terdiri dari 2 dimensi yaitu : *Pull Motivation* dan *Push Motivation* dengan jumlah 3 indikator pertanyaan. Terdapat indikator pertanyaan yang mempunyai nilai skor mean terendah yaitu, bertemu dengan orang baru. Sehingga saran yang diberikan kepada pengelola adalah dengan membuat kegiatan/*event* yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke Pantai Tikus Emas.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel minat berkunjung terdiri dari 4 dimensi yaitu: Minat *Prefensial*, Minat *Eksploratif*, Minat Transaksional, Minat *Refrensional* dengan jumlah 6 indikator. Terdapat indikator pertanyaan yang mempunyai nilai skor terendah yaitu, prioritas wisata sehingga saran yang diberikan adalah pengelola harus mengetahui bagaimana cara agar pantai yang dikelola dapat menjadi prioritas objek wisata dengan cara menghadirkan fasilitas-fasilitas yang baru sehingga memiliki nilai tambah untuk kenyamanan wisatawan yang ingin berkunjung.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dilakukan kembali dengan menggunakan objek yang berbeda serta menggunakan butir pertanyaan yang berbeda pula pada

kuesionernya. Pada penelitian berikutnya bisa digunakan untuk referensi dalam melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan *word of mouth*, *travel motivation* dan minat berkunjung karena R^2 pada penelitian ini sebesar 58,3% serta masih tersisa 41,7% variabel lain diluar penelitian ini yang masih bisa dikembangkan untuk penelitian seperti variabel lokasi, promosi, citra destinasi serta yang lainnya yang bisa membuat penelitian ini lebih baik lagi.

