

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah hasil penelitian diinterpretasikan dan dianalisis, maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Motivasi dan Persepsi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Pedestrian Sudirman Palembang)” sebagai berikut:

1. Variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pedestrian Sudirman Palembang.
2. Variabel persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pedestrian Sudirman Palembang.
3. Variabel motivasi dan persepsi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang. Dari hasil koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa motivasi dan persepsi memiliki pengaruh sebesar 51,7% terhadap keputusan berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang, sementara sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada di luar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil kesimpulan, hal-hal yang dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Pengelola
Pihak pengelola dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Palembang perlu mengetahui bagaimana penilaian wisatawan terhadap Pedestrian Sudirman Palembang, apa saja motivasi dan persepsi yang mendorong mereka untuk melakukan kunjungan ke Pedestrian Sudirman Palembang. Karena dengan mengetahui motivasi dan persepsi wisatawan, pihak pengelola dapat lebih membangun dan meningkatkan lagi objek wisata Pedestrian Sudirman Palembang ini.

Misalnya persepsi wisatawan mengenai tempat parkir yang memadai, hanya mendapatkan interpretasi indeks skor sebesar 63.8%, artinya pihak pengelola harus memikirkan bagaimana untuk mengekspansi lahan parkir di sekitar Pedestrian Sudirman Palembang supaya perkembangan destinasi ini tetap berjalan dengan baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas atau menggunakan variabel penelitian yang lain, karena tidak hanya motivasi dan persepsi yang dapat menjelaskan seberapa besar pengaruh terhadap keputusan berkunjung dan masih terdapat 48,3% dari faktor lain yang mempengaruhi.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan motivasi dan persepsi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.