

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh *sensation seeking* terhadap motivasi pada Pulau Komodo **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa *sensation seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pada Pulau Komodo. Sehingga, apabila *sensation seeking* naik, maka motivasi untuk berkunjung ke Pulau Komodo juga naik.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh sikap terhadap motivasi pada Pulau Komodo **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pada Pulau Komodo. Sehingga, apabila sikap naik, maka motivasi untuk berkunjung ke Pulau Komodo juga naik.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh motivasi terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo **ditolak**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo. Sehingga, apabila motivasi naik, niat berkunjung ke Pulau Komodo akan turun.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh *sensation seeking* terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa *sensation seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung pada

Pulau Komodo. Sehingga, apabila *sensation seeking* naik, maka niat berkunjung ke Pulau Komodo juga naik.

5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh sikap terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo **ditolak**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo. Sehingga, apabila sikap naik, maka niat berkunjung ke Pulau Komodo akan turun.
6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh norma subyektif terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo **diterima**. Karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa niat berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung pada Pulau Komodo. Sehingga, apabila norma subyektif naik, maka niat berkunjung ke Pulau Komodo juga naik.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Pihak Pengelola dan Pemegang Kepentingan dari Pulau Komodo

Dari segi kondisi geografis Pulau Komodo, memang secara alamiah di dominasi oleh wilayah pantai, dan beberapa puncak untuk didaki. Namun untuk para *sensation seeker*, memang mereka relatif lebih menyukai tantangan baru yang cenderung ekstrim, akan tetapi untuk mengakomodir banyak wisatawan secara *general*, pihak pengelola Pulau Komodo diharapkan tetap menjaga keasrian, kebersihan, keamanan dan infrastruktur akses menuju Pulau Komodo yang menunjang wisatawan

untuk datang, jadi Pulau Komodo bisa mempunyai kesan walaupun berupa salah satu pulau di pelosok negeri, akan tetapi tetap ramah dan aman bagi wisatawan secara umum.

Lalu, untuk menjadikan Pulau Komodo sebagai destinasi favorit bagi wisatawan domestik, terlebih lagi mancanegara, setelah memperbaiki aspek-aspek penunjang wisata pada Pulau Komodo, calon-calon wisatawan mungkin akan mencari informasi tentang wisata Pulau Komodo seiring dengan semakin terkenalnya Pulau Komodo, melalui media cetak atau elektronik, dan calon wisatawan akan menentukan sikap berdasarkan pengalaman terdahulu ketika mereka berwisata, khususnya dalam wisata pantai.

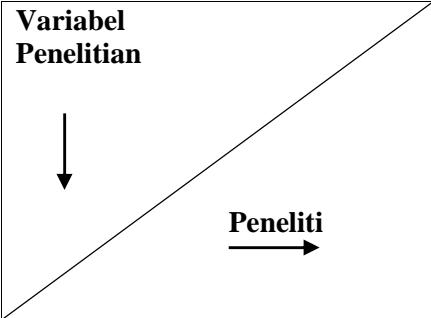
Setelah Pulau Komodo menjadi tempat wisata yang semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan, dapat terjadi peluang berupa penyebaran informasi berupa pengalaman, kesan, gambaran tentang bagaimana Pulau Komodo melalui pembicaraan langsung, ataupun melalui perantara elektronik. Penyebaran informasi atau cerita tentang Pulau Komodo tersebut dilakukan oleh wisatawan yang sudah pernah kesana ke wisatawan yang belum pernah. Hal seperti ini juga dapat disebut dengan norma subyektif, para wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Pulau Komodo berpotensi melakukan penyebaran informasi atau cerita kepada orang-orang terpentingnya terlebih dahulu, atau bisa jadi sebaliknya, yaitu calon wisatawan yang belum pernah ke Pulau Komodo akan meminta saran kepada orang terpentingnya tentang ide untuk berkunjung

ke Pulau Komodo, apabila Pulau Komodo berawal dari menumbuhkan kesan yang baik kepada wisatawan, maka informasi atau cerita yang disampaikan akan positif bagi Pulau Komodo, dan akan berpotensi meningkatkan motivasi dan niat untuk berkunjung ke Pulau Komodo.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam motivasi berkunjung dan niat berkunjung dengan variabel yang berbeda, walaupun dengan obyek penelitian yang sama, yaitu Pulau Komodo. Karena perlu disadari, bahwa hasil penelitian ini tidak bersifat mutlak dan abadi, karena penelitian akan selalu mengikuti perkembangan zaman, ruang dan waktu. Tidak hanya variabel *sensation seeking*, sikap, norma subyektif, dan motivasi saja yang dapat diteliti dalam hal membentuk niat berkunjung. Diluar itu, masih ada variabel lain yang dapat digunakan penelitian lanjutan, contohnya sebagai berikut :

**Tabel 5.2**  
**Variabel Penelitian Lanjutan**

<b>Variabel Penelitian</b> 	WooMi Jo Philips <i>et.al</i> , 2013	Zarrad.H <i>et.al</i> , 2015	Tafiprios <i>et. al.</i> , 2016	Ramdan Muhammad Rizky <i>et.al</i> , 2017
<i>Destination Image</i>			√	√
<i>Subjective Knowledge</i>	√			

E-WOM		√		√
<i>Cultural Values</i>			√	
<i>Word of Mouth</i>			√	

**Sumber:** Data Diolah oleh Peneliti, 2017

