

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini merupakan studi yang melakukan analisis untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19. Untuk mengetahui faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19 dilakukan analisis dengan menggunakan metode Cochran Q-test. Pengujian dilakukan terhadap 15 faktor yaitu Promo, Referensi Penyedia Layanan Wisata, Rutinitas, Teknologi Pendukung, Kepribadian, Personal, Event-Event dan Hiburan, *Word Of Mounth*, Kondisi Higeanitas Lingkungan, Motivasi, Pendapatan, Hobi dan Ketertarikan, Pengalaman Masa Lalu, Keersediaan Objek dan Produk Wisata, serta Kesehatan Personal. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat 15 faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19 yaitu Promo, Referensi Penyedia Layanan Wisata, Rutinitas, Teknologi Pendukung, Kepribadian, Personal, Event-Event dan Hiburan, *Word Of Mounth*, Kondisi Higeanitas Lingkungan, Motivasi, Pendapatan, Hobi dan Ketertarikan, Pengalaman Masa Lalu, Keersediaan Objek dan Produk Wisata, serta Kesehatan Personal.
2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19 adalah faktor Hobi dan Ketertarikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti meyarankan kepada seluruh pihak terkait agar perlu memperhatikan beberapa hal berikut:

1. Hobi dan Ketertarikan

Wisatawan saat ini lebih banyak mendapatkan ekperiens yang berkaitan dengan hobi dan ketertarikannya akan suatu hal dalam melakukan perjalanan wisata. Oleh sebab itu diharapkan kepada pihak penyedia wisata

dapat memberikan paket perjalanan wisata yang ditawarkan mampu menawarkan suatu eksperien perjalanan, pengalaman, sehingga dapat memfasilitasi hobi wisatawan. Hal-hal tersebut dapat diawali dengan mengetahui hobi dan ketertarikan mengenai konsumen potensial sehingga pengelola dapat menyesuaikan objek wisatanya untuk menarik minat wisatawan.

2. *Worth Of Mouth*

Pihak pengelola diharapkan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi baik social media maupun aplikasi lainnya yang massif digunakan oleh wisatawan. Pengelola dapat bekerja sama dengan beberapa *influencer* atau melakukan suatu hal positif mengenai objek wisata yang dikelola yang kemudian dapat memviralkan objek wisata tersebut sehingga seluruh masyarakat mengetahui dan berminat untuk berkunjung.

3. Pendapatan

Pihak pengelola diharapkan dapat menentukan target pasarnya sesuai dengan kondisi yang berkaitan dengan pendapatan wisatawan. Sehingga pihak pengelola dapat fokus menyesuaikan program, promosi, harga, fasilitas, dan penunjang lainnya sesuai dengan golongan wisatawan yang ditargetkan.