

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai variabel *Travel Motivation*, *Electronic word of mouth*, dan *Destination Image* terhadap *Visit Intention* di wisata Pulau Tegal Mas Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Travel Motivation* berpengaruh terhadap *Visit Intention* generasi milenial pada wisata Pulau Tegal Mas Lampung.
2. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap *Visit Intention* generasi milenial pada wisata Pulau Tegal Mas Lampung.
3. *Destination Image* berpengaruh terhadap *Visit Intention* generasi milenial pada wisata Pulau Tegal Mas Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada pihak pengelola wisata pulau tegal mas sebagai berikut:

1. Variabel *Travel Motivation*

Pada penelitian ini travel motivation berpengaruh terhadap *Visit Intention*, hal ini menunjukkan semakin tinggi motivasi wisatawan maka semakin tinggi pula minat kunjung wisatawan ke Pulau Tegal Mas. Dalam jawaban responden pada item pernyataan nomor empat “Pulau Tegal Mas merupakan tempat yang cocok untuk bersantai” memiliki skor tertinggi dan pada item pernyataan nomor 8 “Pulau tegal Mas menawarkan tentang peninggalan budaya” memiliki skor terendah. Dimana hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pengelola wisata pulau tegal mas ini.

Dengan menambahkan suasana yang nyaman serta ramah lingkungan yang dapat untuk menambah rasa bersantai yang pas, maka para wisatawan akan semakin termotivasi untuk datang ke wisata pulau tegal mas sebagai pilihan utama dalam melakukan perjalanan berwisata, lebih difokuskan terhadap motivasi fisik dan lebih ditekankan pada cultural motivation.

2. Variabel *Electronic Word of Mouth*

Pihak pengelola harus lebih meningkatkan lagi promosi lewat media sosial agar dapat menarik calon wisatawan untuk berkunjung di wisata pulau tegal mas lampung dan dapat memperoleh informasi tentang wisata pulau tegal mas lampung dan mendorong para mantan wisatawan untuk menulis kesan positif yang telah didapat dari mengunjungi wisata pulau tegal mas lampung.

3. Variabel *Destination Image*

Pada penelitian ini *destination image* berpengaruh positif pada *Visit Intention*, dimana berarti kesan atau imajinasi responden mengenai wisata pulau tegal mas ini baik dan harus dipertahankan, namun ada yang perlu diperhatikan lagi, karena skor untuk “Pulau Tegal Mas terlihat dan aman dan nyaman” rendah. Dimana hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola untuk memperhatikan keamanan dan kenyamanan, karena pulau tegal mas berada ditengah laut maka harus menambah keamanan bagi para awak perahu dan tim penyelamat ditingkatkan saat musim hujan maupun saat laut sedang pasang.