

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan pembahasan dapat dibuat kesimpulan proses pengambilan keputusan berwisata sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut

1. Pengenalan Kebutuhan

Kebutuhan akan wisata pada generasi X dan Z memiliki perbedaan yang. Pada generasi X alasan melakukan kegiatan wisata adalah untuk mempererat hubungan dengan keluarga atau kerabat sedangkan pada generasi Z alasan melakukan kegiatan wisata adalah untuk merelaksasikan diri dari kejenuhan dan kebosanan akibat dari aktivitas yang monoton.

Jenis wisata yang disukai pada generasi X dan Z tidak memiliki banyak perbedaan. Pada generasi X jenis wisata yang disukai adalah wisata kuliner, begitu juga dengan generasi Z menjawab hal yang sama. Alasan wisata kuliner disukai oleh masing-masing generasi adalah ingin mengetahui ciri khas makanan pada setiap daerah yang dikunjungi.

2. Pencarian Informasi

Sumber informasi diperoleh tentang objek atau destinasi wisata yang dilakukan oleh generasi X dan Z memiliki perbedaan. Pada generasi X proses pencarian informasi tentang objek atau destinasi wisata diperoleh dari hasil obrolan atau komunikasi dengan pihak lain secara langsung (*Word of Mouth*) sedangkan pada generasi Z proses pencarian informasi mengenai objek atau destinasi wisata diperoleh dari media sosial dengan basis teknologi modern.

Pencarian informasi yang dilakukan oleh generasi X dan Z tidak memiliki banyak perbedaan. Pencarian informasi mengenai harga tiket dan daya tarik wisata yang menjadi perhatian kedua generasi. Informasi mengenai penginapan dan tempat makan juga menjadi perhatian dalam pemilihan objek atau destinasi wisata.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif yang dilakukan oleh generasi X dan Z tidak memiliki banyak perbedaan. Generasi X dan Z sama-sama membuat alternatif tujuan saat akan melakukan kegiatan wisata.

Tujuan wisata alternatif yang dipilih oleh generasi X dan Z memiliki perbedaan. Pada generasi X tujuan alternatif yang dibuat yaitu dengan mempertimbangkan objek atau destinasi wisata berada pada lokasi yang

sama, sedangkan beberapa dari generasi Z yang mempertimbangkan daya tarik yang serupa pada objek atau destinasi wisata.

4. Keputusan Berwisata

Kesesuaian kebutuhan wisata pada generasi X dan Z tidak memiliki perbedaan. Masing-masing pada generasi tersebut menjawab bahwa pemilihan objek atau destinasi wisata didasarkan pada kebutuhan wisata.

Faktor pendorong utama dalam pemilihan objek atau destinasi wisata pada generasi X dan Z tidak memiliki banyak perbedaan. Masing-masing generasi menjawab bahwa daya tarik dari objek atau destinasi wisata menjadi faktor pendorong utama dalam pembuatan keputusan berwisata.

Faktor pendukung dalam pemilihan objek atau destinasi wisata pada generasi X dan Z tidak memiliki banyak perbedaan. Tempat makan dan penginapan menjadi faktor pendukung dalam penentuan keputusan pemilihan objek atau destinasi wisata. Terdapat sedikit perbedaan, transportasi publik menjadi faktor pendukung dalam pemilihan objek atau destinasi wisata pada generasi Z namun pada generasi X tidak. Namun tempat oleh-oleh menjadi faktor pendukung dalam pemilihan objek atau destinasi wisata pada generasi X sedangkan pada generasi Z tidak.

5. Perilaku Paska Berwisata

Perilaku paska berwisata pada generasi X dan Z memiliki perbedaan. Generasi X memiliki perilaku yang cenderung konvensional dengan cara merekomendasikan objek atau destinasi wisata secara langsung dari hasil komunikasi atau obrolan tatap muka, sedangkan pada generasi Z memiliki perilaku yang lebih modern dengan cara mengunggah hasil kegiatan wisatanya di media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak orang.

5.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pengelola objek atau destinasi wisata dapat merancang strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan cara menyesuaikan aspek-aspek pengelolaan dengan karakteristik dan proses pengambilan keputusan berwisata wisatawan generasi X dan Z.
2. Pengelola objek atau destinasi wisata dapat membuat wahana-wahana permainan anak dan outbond untuk menambah daya tarik kepada wisatawan baik pada generasi X dan Z

3. Pengelola objek atau destinasi wisata dapat membuat strategi promosi melalui media sosial karena wisatawan-wisatawan generasi Z sangat dekat dengan teknologi.
4. Pengelola objek atau destinasi wisata dapat menambahkan layanan-layanan tambahan seperti atm, parkir yang luas, toilet umum untuk menambah kenyamanan wisatawan saat berwisata.
5. Pengelola objek atau destinasi wisata dapat membuat program kerja sama dengan pihak ketiga untuk penambahan layanan lainnya seperti rumah makan dengan menu makanan ciri khas dari daerah tersebut dan tempat cinderamata atau oleh-oleh yang berada tidak jauh dari lokasi.
6. Penelitian ini memiliki kelemahan dalam periode data waktu berkunjung (*time frame*) sehingga peneliti berikutnya dapat menambahkannya untuk penelitian yang datang.
7. Peneliti berikutnya dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan membandingkan pada lintas generasi yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih beragam untuk membantu pengembangan kepariwisataan.