

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata Pacet Mini Park di Mojokerto dengan menggunakan analisis faktor (Exploratory Factor Analysis), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam bauran pemasaran 7P yang terdiri dari Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence layak digunakan dalam analisis faktor. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pengujian kelayakan analisis faktor yang menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis lebih lanjut.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor dengan metode Principal Component Analysis (PCA) dan rotasi Varimax, diperoleh empat faktor baru yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata Pacet Mini Park di Mojokerto. Keempat faktor tersebut mampu menjelaskan sebesar 72,108% variasi faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

3. Faktor pertama merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pengunjung dengan nilai eigenvalue sebesar 11,420 dan persentase variance sebesar 54,381%. Faktor ini terdiri dari indikator promosi melalui media sosial, taman kelinci, terapi ikan, flying fox, kolam renang, ATV, playground, keindahan lingkungan, keramahan karyawan, dan kecepatan pelayanan. Faktor ini diberi nama "Produk yang Dipromosikan".
4. Faktor kedua memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,465 dengan persentase variance sebesar 6,975%. Faktor ini terbentuk dari indikator tempat ibadah yang bersih, area parkir yang luas dan aman, kenyamanan lokasi, tempat istirahat yang nyaman, dan kebersihan lingkungan. Faktor ini diberi nama "Kenyamanan dan Fasilitas Pendukung".
5. Faktor kedua memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,465 dengan persentase variance sebesar 6,975%. Faktor ini terbentuk dari indikator tempat ibadah yang bersih, area parkir yang luas dan aman, kenyamanan lokasi, tempat istirahat yang nyaman, dan kebersihan lingkungan. Faktor ini diberi nama "Kenyamanan dan Fasilitas Pendukung".
6. Faktor keempat memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,056 dengan persentase variance sebesar 5,029%. Faktor ini terbentuk dari indikator kemudahan akses jalan menuju lokasi wisata. Faktor ini diberi nama "Aksesibilitas Lokasi".

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata Pacet Mini Park di Mojokerto dipengaruhi oleh

beberapa faktor utama, dengan faktor Produk yang Dipromosikan sebagai faktor yang paling dominan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah bagi pengelola Pacet Mini Park Mojokerto, diharapkan dapat meningkatkan strategi promosi terutama melalui media sosial karena faktor promosi dan produk wisata menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pengunjung. Pengelola dapat membuat konten yang lebih menarik mengenai wahana, fasilitas, serta pengalaman wisata agar mampu menarik lebih banyak pengunjung. Pengelola wisata diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk wisata yang tersedia, seperti wahana permainan, fasilitas rekreasi, dan daya tarik wisata lainnya agar pengunjung merasa puas dan memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang. Pengelola perlu memperhatikan aspek pelayanan, kenyamanan lokasi, serta fasilitas pendukung wisata agar pengalaman pengunjung semakin baik. Peningkatan kebersihan, keamanan, dan kemudahan pelayanan dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.