

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor motivasi wisatawan Generasi Z berkunjung ke wisata *heritage* di Candi Gedong Songo. Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah peneliti lakukan, dari dua penelitian terdahulu terdapat 31 indikator penilaian motivasi wisatawan Generasi Z berkunjung ke wisata *heritage* di Candi Gedong Songo. Dari 31 indikator yang telah dianalisis menggunakan analisis faktor, menghasilkan sembilan faktor baru. Faktor-faktor baru tersebut dinamakan Faktor *Self Recovery*, Faktor *Novelty*, Faktor *Cultural Exploration*, Faktor *Looking for Social Interaction*, Faktor *Beautiful Landscape*, Faktor *Promotion*, Faktor *Facility*, Faktor *Ease of Accessibility*, Faktor *Safety*.

#### **5.2 Rekomendasi**

Setelah penelitian ini telah menyelesaikan analisisnya, penulis kemudian menyusun beberapa rekomendasi yang bisa dipertimbangkan oleh berbagai pihak, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rekomendasi kepada pengelola Candi Gedong Songo. Temuan dalam penelitian ini memberikan implikasi manajerial mengenai pemasaran. Sehingga para pengelola wisata Candi Gedong Songo dapat memperhatikan faktor-faktor yang memotivasi wisatawan Generasi Z. Hal ini memberikan banyak keuntungan, seperti menambah pengetahuan dalam pengembangan produk wisata dan penentuan strategi promosi. Sehingga kemudian dapat menarik pengunjung untuk datang dan mendapatkan pengalaman yang berkesan terhadap pariwisata di Candi Gedong Songo.
2. Rekomendasi bagi akademisi, dalam penelitian ini penulis hanya melakukan analisis kepada wisatawan Generasi Z dan berfokus pada lokasi Candi Gedong Songo. Diharapkan kedepannya dapat mengembangkan penelitian ini tidak hanya berfokus pada satu generasi dan satu lokasi tertentu saja sehingga nantinya akan didapatkan rekomendasi yang lebih luas mengenai faktor motivasi dalam berkunjung ke wisata *heritage* untuk pengembangan keilmuan dan implikasinya.