

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dari dua rumusan masalah mengenai “Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Kunjungan ke Museum Geologi Bandung” dengan hasil temuan berupa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan, dan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam berkunjung ke museum geologi bandung.

1. Identifikasi Faktor-Faktor Motivasi Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis kuesioner yang diberikan kepada responden wisatawan yang telah berkunjung ke Museum Geologi, terbentuk 10 faktor yang baru yang mempengaruhi motivasi wisatawan.

Selanjutnya, dapat kita uraikan beberapa faktor yang berbentuk seperti, faktor 1 dinamakan faktor (daya tarik inti), faktor 2 dinamakan faktor (daya tarik pendukung), faktor 3 dinamakan faktor (sarana prasarana), faktor 4 dinamakan faktor (motivasi), faktor 5 dinamakan faktor (reputasi), faktor 6 dinamakan faktor (penunjukkan jati diri), faktor 7 dinamakan faktor (interaksi sosial), faktor 8 dinamakan faktor (amenitas), faktor 9 dinamakan faktor (sekuritas), faktor 10 dinamakan faktor (motivasi sosial).

Dari faktor-faktor tersebut dapat dilihat bahwa faktor motivasi yang paling tinggi adalah daya tarik inti sedangkan faktor motivasi yang paling rendah ialah faktor motivasi sosial.

Perbedaan yang muncul dari penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini berupa jumlah faktor baru yang muncul serta model konseptual yang ditawarkan.

Pada dasarnya, faktor-faktor awal setelah dianalisis hasilnya melebur kedalam faktor-faktor baru. Perbedaan yang muncul setelah faktor baru tersebut dikemukakan ternyata sudah mewakili beberapa faktor dari beberapa penelitian

terdahulu yang berbeda. Maksudnya, faktor baru yang ditemukan peneliti dapat digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan proses analisis faktor untuk mengetahui motivasi wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi wisata tanpa memerlukan analisis dari banyak faktor. Intinya, faktor baru yang telah ditemukan lebih efisien untuk digunakan sebagai aspek penilaian dalam mengetahui motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

5.2 Saran

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi sumbangan kerangka pemikiran berdasarkan faktor-faktor motivasi kunjungan ke Museum Geologi Bandung. Sehingga dalam penelitian selanjutnya dapat meneruskan hasil penelitian ini kepada strategi-strategi yang harus dipertimbangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Geologi.