

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Pada hasil penelitian tersebut yang dilakukan oleh peneliti, adalah mayoritas bikers yang telah mengikuti touring wisata bersama komunitasnya adalah yang berusia dibawah 25 tahun dengan status pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta. Para *bikers* yang mayoritas melakukan touring wisata sebanyak lebih dari 5 kali touring wisata.

2. Pada penelitian ini, berdasarkan hasil yang telah diolah peneliti analisis faktor mampu meringkas data dari 18 variabel hingga menjadi 5 faktor. Berikut ini adalah kelima faktor pada analisis faktor keputusan tempat tujuan touring wisata menurut komunitas motor di Semarang :

Faktor pertama adalah faktor kondisi yang mendapatkan nilai *percentage of variance* sebesar 32,264% dari *eigenvalues* 5,807.

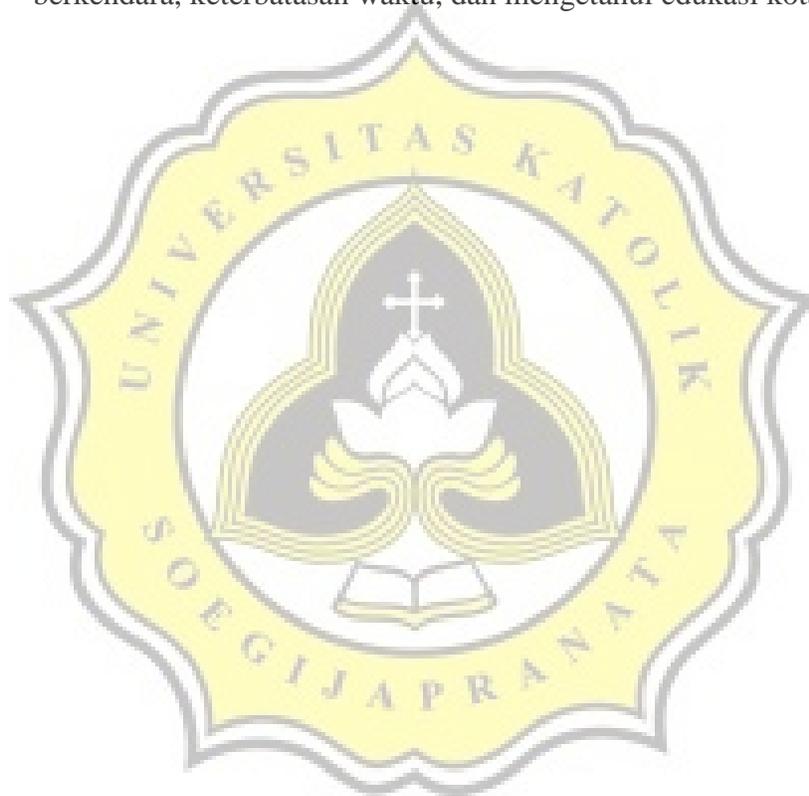
Faktor kedua adalah faktor pengalaman yang mendapatkan nilai *percentage of variance* sebesar 9,685% dari *eigenvalues* 1,743.

Faktor ketiga adalah faktor fasilitas yang mendapatkan nilai *percentage of variance* sebesar 8,024% dari *eigenvalues* 1,444.

Faktor keempat adalah faktor jarak yang mendapatkan nilai *percentage of variance* sebesar 6,923% dari *eigenvalues* 1,246.

Faktor kelima adalah faktor kenikmatan yang mendapatkan nilai *percentage of variance* 6,072% dari *eigenvalues* 1,093.

3. Pada hasil penelitian tersebut, bahwa dapat diketahui dari kelima faktor tersebut yang paling dominan keputusan tempat tujuan touring wisata menurut komunitas motor di Semarang adalah faktor pertama yaitu faktor kondisi yang mendapatkan nilai *percentage of variance* sebesar 32,264% dari nilai *eigenvalues* sebesar 5,807 dan berisikan 6 variabel diantaranya kondisi fisik dan stamina, menambah persaudaraan, kondisi motor, kelengkapan berkendara, keterbatasan waktu, dan mengetahui edukasi kota.



## 5.2 Saran

Berikut ini adalah saran peneliti untuk analisis faktor keputusan tempat tujuan touring wisata menurut komunitas motor di Semarang :

1. Saran yang disampaikan dari peneliti untuk komunitas, adalah sebaiknya komunitas motor lebih memberikan arahan kepada membersinya yaitu mempersiapkan diri untuk perjalanan jauh, seperti memakai helm yang berstandar, jaket, pelindung tangan dan kaki, kondisi motor. Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan terjadi, maka harus mengetahui situasi dan kondisi tempat wisata yang dituju.
2. Saran yang disampaikan dari peneliti untuk pemasaran tempat wisata, adalah penyedia atau pemilik tempat wisata harus memiliki fasilitas-fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan mengelola dengan baik pada tempat wisatanya. Tempat wisata yang baik harus sesuai dengan 4A, yaitu *attraction* yang artinya atraksi utama yang ada di tempat wisata sesuai tujuan wisatawan, *aminities* adalah fasilitas yang dibutuhkan wisatawan, *accessibility* yaitu jalur atau jalan menuju ke tempat wisata yang layak, *ancillary service* artinya layanan tambahan yang di tempat wisata agar wisatawan tertarik berkunjung kembali.