# BAB V
# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Dalam Bab ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh *Place Attachment* dan *Novelty Seeking* terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung", adalah sebagai berikut :

1. *Place attachment* memiliki korelasi yang kuat terhadap kepuasan wisatawan.
2. *Place attachmen t*mempengaruhi kepuasan wisatawan hanya sebesar 38,1 % dan sisanya 61,9 % di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
3. *Novelty seeking* memiliki korelasi yang kuat terhadap kepuasan wisatawan.
4. *Novelty seeking* mempengaruhi kepuasan wisatawan sebesar 35,3% dan sisanya 64,7 % di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
5. Dari hasil penelitian diketahui persamaan regresi berganda, sebagai berikut :

   **Y = 1,516 + 0,304X1 + 0,263X2**

Arti persamaan :

Nilai 1,516 merupakan nilai konstanta (a) yang menunjukkan bahwa jika tidak ada *place attachment* (X1=0) dan *Novelty Seeking* (X2=0), maka tingkat kepuasan wisatawan (Y) akan mencapai nilai sebesar 1,516.

Nilai Y merupakan nilai taksir, dan nilai b sebesar 0,05 memiliki arti bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X1 (*place attachment*) dan X2 (*novelty seeking*), maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,05. Karena nilai b positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *place attachment* dan *novelty seeking* pada wisatawan maka semakin tinggi pula kepuasannya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa saran demi perbaikan penelitian yang belum teridentifikasi dari variabel-variabel yang belum diteliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat diteliti dimensi atau aspek apa yang paling dominan dalam masing-masing variabel, baik *place attachment* dan *novelty seeking* yang paling mempengaruhi kepuasan wisatawan Kota Bandung.
2. Bagi Dinas Pariwisata Jawa Barat khususnya Kota Bandung diharapkan semakin meningkatkan dayatarik untuk semua objek wisata yang ada di Kota Bandung untuk dapat meningkatkan persentase kunjungan wisatawan Kota Bandung.