

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berkunjung Pada *Event Food Bazaar (Studi Kasus Pop Ups Market di Kota Medan)*”**, berdasarkan kajian teoritis dan rumusan masalah yang dibahas dari tanggapan responden mengenai Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berkunjung pada *Event Food Bazaar Pop Ups Market*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berkunjung, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis. Motivasi pengunjung berpengaruh signifikan melalui beberapa strategi, yaitu :

- Menyediakan produk atau makanan yang langka atau mendatangkan produk atau makanan yang belum ada di Kota Medan.
- Referensi positif yang didapat dari pengunjung sebelumnya atau orang terdekat mengenai *bazaar* ini dapat meningkatkan motivasi terhadap minat berkunjung pada *event* tersebut.

Dan Berdasarkan tipologi pengunjung mayoritas dengan usia < 25 tahun dan didominasi oleh perempuan.

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi penyelenggara event dalam konteks manajerial dan ilmiah. Produk atau makanan yang dihadirkan dalam event ini juga menjadi pemicu dalam meningkatkan motivasi minat berkunjung. Hasil penelitian ini juga menunjukkan pengalaman pengunjung berpengaruh positif terhadap referensi bagi seseorang untuk meningkatkan motivasi dalam minat berkunjung pada *event* tersebut.

6.2 Saran

Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, maka peneliti memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi penyelenggara *Event Food Bazaar Pop Ups Market* atau penyelenggara *event food bazaar* yang lain dan juga bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penyelenggara *Event Food Bazaar Pop Ups Market* :
 - a. Mengadakan kegiatan event hiburan seputar kuliner. Seperti : talkshow dan juga games yang dapat menarik pengunjung.
 - b. Menambahkan makanan ciri khas Kota Medan untuk mengenalkan sekaligus mengedukasi pengunjung.

2. Bagi peneliti selanjutnya :

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi minat seseorang untuk berkunjung pada suatu *event food bazaar*. Hal tersebut akan bermanfaat bagi penyelenggara *event* agar meningkatkan kualitas suatu *event* yang akan diselenggarakan berikutnya.