

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Produk telah secara signifikan mempengaruhi terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Taman Buah Mekarsari.
2. Media Promosi telah secara signifikan mempengaruhi terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Taman Buah Mekarsari.
3. Orang telah secara signifikan mempengaruhi terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Taman Buah Mekarsari.
4. Bukti Fisik telah secara signifikan mempengaruhi terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Taman Buah Mekarsari.
5. Secara keseluruhan Produk, Media Promosi, Orang dan Bukti Fisik terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Taman Buah Mekarsari.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijabarkan di atas, dapat ditarik beberapa saran yang diajukan untuk meningkatkan angka keputusan kunjungan wisata di Taman Buah Mekarsari, sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, dinyatakan variabel orang lah yang dominan memiliki nilai yang paling berpengaruh terhadap keputusan kunjungan diantara variabel lainnya, hal ini dapat dinyatakan dari hasil yang didapat dengan olah data uji regresi linier

berganda ialah sebesar 0,619. Maka dari itu penulis memberikan saran terhadap perusahaan untuk dapat melakukan tindakan sebagai berikut :

1. Perusahaan harus merubah sistem transaksi yang ada saat ini menjadi sistem tiket terusan wahana dan tidak perlu menggunakan struk sebagai penanda tiket masuk, 2. Perusahaan harus melakukan penambahan karyawan yang berkopentent serta berpengalaman di bidangnya, terkhusus di bidang pemandu maupun petugas kebun guna mempercepat antrian waktu tunggu terhadap tur petualangan kebun. 3. Perusahaan harus menciptakan divisi baru, yaitu divisi handle komplain yang bertujuan guna mempercepat respon tanggap terhadap handle komplain dari pengunjung.
2. Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi, maka di dapatlah hasil 35,9% mengenai adanya pengaruh secara simultan terhadap variabel-variabel yang diteliti, dan 64,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Maka saran yang diajukan terhadap peneliti selanjutnya agar dapat meneliti secara lengkap dalam bauran pemasaran jasa yaitu 7P (*product, prieve, place, promotion, people, process, phsycal evidence*) guna memperkuat penelitian yang dilakukan.