

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS *Statistics* 24, mengenai Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Waduk Darma, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra destinasi, persepsi harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung. Artinya semakin meningkat pengaruh citra destinasi, persepsi harga dan promosi maka akan semakin meningkat juga Keputusan berkunjung.
2. Citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung. Artinya semakin meningkat citra wisata tersebut, maka akan semakin meningkat juga Keputusan berkunjung.
3. Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung. Artinya semakin meningkat pemahaman persepsi harga yang diberikan, maka akan semakin meningkat keputusan berkunjung para wisatawan.
4. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung. Artinya semakin efektif dan luas penyebaran promosi yang dilakukan maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pengelola

1. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden acak yang pernah berkunjung ke wisata waduk darma, item pernyataan pada citra destinasi, indikator *affective destination images* kualitas produk merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka

perlunya peningkatan dalam hal peningkatan pelayan yang baik terhadap para wisastawan waduk darma.

2. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden acak yang pernah berkunjung ke wisata waduk darma, item pernyataan pada persepsi harga, indikator harga sesuai kemampuan merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya evaluasi untuk menyamakan harga pasaran wisata di Kabupaten Kuningan.
 3. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden acak yang pernah berkunjung ke wisata waduk darma, item pernyataan pada promosi, indikator fasilitas merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya penjelasan terkait fasilitas apa saja yang ada di dalam objek wisata tersebut.
 4. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden acak yang pernah berkunjung ke wisata waduk darma, item pernyataan pada keputusan berkunjung, indikator pembelian ulang merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Pengertian pembelian ulang yaitu adalah pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan kembali pada objek wisata waduk darma, dengan kata lain para pengelola harus lebih meningkatkan fasilitas dan pelayanan agar wisatawan dapat berkunjung kembali pada objek wisata tersebut.
- b. Bagi peneliti selanjutnya
1. Bagi peneliti selanjutnya Mengingat berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengkaji variabel lainnya sehingga pembaca mendapatkan pengetahuan yang lebih luas dan lebih mendalam serta dapat memberikan manfaat yang lebih konfrehensif dalam upaya peningkatan keputusan berkunjung.
 2. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan untuk memperkaya keilmuan terutama mengenai citra destinasi, persepsi harga, promosi dan keputusan berkunjung. Adapun untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti dengan variabel yang berbeda

untuk lebih menambah wawasan dan menjadi bahan penelitian baru untuk para peneliti lainnya.