

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa produk (X1), harga (X2), promosi (X4), dan orang (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada α 0,05, sedangkan variabel tempat (X3), proses (X6), dan bukti fisik (X7) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Buah Agro Cepoko. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek inti dalam bauran pemasaran seperti kualitas produk, penetapan harga yang tepat, promosi yang efektif, dan pelayanan dari tenaga kerja memiliki peran penting dalam menarik minat pengunjung. Sementara itu, faktor-faktor pendukung seperti lokasi, alur pelayanan, dan tampilan fisik dianggap kurang menentukan dalam pengambilan keputusan berkunjung oleh pengunjung.
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel bauran pemasaran yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung di Kebun Buah Agro Cepoko yaitu dari variabel Harga (X2) sebesar 0,634. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh sangat memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung. Harga yang terjangkau dianggap memberikan nilai ekonomis yang tinggi jika dibandingkan dengan pengalaman wisata alam yang ditawarkan. Dalam konteks

pariwisata lokal, pengunjung cenderung lebih sensitif terhadap harga, terutama jika target pasarnya adalah keluarga, pelajar, atau wisatawan domestik yang mempertimbangkan aspek biaya dalam memilih destinasi.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan beberapa sarana antara lain

1. Bagi pihak pengelola, disarankan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan strategi harga yang kompetitif dan terjangkau, seperti dengan menyediakan paket kunjungan menarik, diskon musiman, atau promosi khusus bagi pelajar dan keluarga. Selain itu, aspek kualitas produk, promosi, dan pelayanan juga perlu ditingkatkan secara konsisten karena berperan penting dalam menarik minat pengunjung dan memengaruhi keputusan berkunjung.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat melakukan penelitian perbandingan dengan menggunakan alat pengukur lain guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung. Selain itu, cakupan penelitian dapat diperluas dengan mengambil sampel dari berbagai latar belakang demografis atau dilakukan perbandingan antar destinasi wisata serupa untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.