BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan berdasarkan teori-teori yang bersangkutan mengenai pengaruh kualitas produk wisata terhadap keputusan berkunjung maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk wisata yang terdiri dari tujuh sub variabel memiliki hasil seperti berikut: atraksi, kebersihan dan aksesibilitas berada pada kategori baik, sedangkan informasi, fasilitas umum, sumber daya manusia dan pelayanan dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan maka kualitas produk wisata di Museum Seni Rupa dan Keramik berada dalam kategori cukup baik, hal ini diketahui dari total skor dari kualitas produk wisata yang bila dilihat dari garis kontinum berada pada kategori cukup baik. Maka kualitas produk wisata di Museum Seni Rupa dan Keramik sudah cukup baik.
2. Keputusan berkunjung yang terdiri dari enam sub variabel memiliki hasil sebagai berikut: pilihan produk atau jasa, pilihan merek (*brand*), pilihan penyalur (*dealer*) dan metode pembayaran berada di kategori baik, sedangkan pilihan waktu kunjungan, jumlah pembelian berada di kategori cukup baik. Berdasarkan penilaian tersebut maka secara keseluruhan keputusan berkunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik berada pada kategori baik. Maka keputusan berkunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik sudah baik.
3. Pada penelitian ini penulis menganalisis pengaruh kualitas produk wisata terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa kualitas produk wisata di Museum Seni Rupa dan Keramik memiliki pengaruh terhadap keputusan pengunjung untuk berkunjung ke Museum Seni Rupa dan Keramik. Pengaruh tersebut berada di dalam kategori pengaruh sedang.

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan sebelumnya, dan berdasarkan hasil penelitian maka diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki skor terendah dan tertinggi. Maka saran yang penulis berikan kepada pihak Museum Seni Rupa dan Keramik untuk meningkatkan jumlah kunjungannya didasarkan pada variabel dengan perolehan skor terendah berdasarkan tanggapan responden adalah sebagai berikut;

1. Pada variabel kualitas produk wisata, indikator dengan skor terendah adalah ketersediaan toko cinderamata dan ketersediaan pelayanan informasi. Maka saran yang penulis berikan adalah dengan memperbaiki ketersediaan dari toko cinderamata dengan memberikan inovasi terhadap cinderamata yang dijual disana. Cinderamata yang dijual dapat disesuaikan dengan Museum Seni Rupa dan Keramik yaitu dengan menjual cinderamata berupa keramik-keramik ataupun benda seni lainnya yang inovatif seperti cinderamata ukiran kayu atau keramik yang dapat dibuat sesuai keinginan pembeli seperti dengan mengukirkan nama pembeli atau desain yang dinginkan oleh pembeli tetapi dapat selesai dalam jangka waktu yang pendek dan dengan harga yang terjangkau, dikarenakan berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung merupakan pelajar ataupun mahasiswa. Ketersediaan pelayanan informasi juga perlu ditingkatkan, dikarenakan tidak tersedianya jasa interpreter atau *guide* yang dapat menjelaskan mengenai benda-benda koleksi yang dimiliki sehingga pengunjung hanya dapat melihat-lihat benda koleksi saja. Selain itu sebenarnya sudah tersedia alat untuk media informasi tetapi tidak dapat dipergunakan, oleh sebab itu penulis menyarankan untuk mengaktifkan media informasi yang sudah tersedia agar pengunjung dapat memperoleh lebih banyak informasi disana.
2. Pada variabel keputusan berkunjung, indikator dengan nilai terendah adalah waktu kunjungan dan jumlah pembelian maka penulis

memberikan saran dengan mengadakan event rutin setiap minggu nya pada saat *weekday*, dikarenakan berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berkunjung di saat weekend. Oleh sebab itu diperlukan adanya *event* rutin pada saat weekday untuk menarik pengunjung untuk berkunjung ke Museum Seni Rupa dan Keramik. *Event* rutin tersebut dapat berupa demo melukis, demo membuat keramik atau demo membuat seni ukiran kayu atau pun pelatihan untuk melukis, membuat keramik atau membuat ukiran kayu. *Event* ini dapat menarik minat tidak hanya pengunjung individu tetapi juga pengunjung rombongan seperti dari sekolah-sekolah sehingga murid-murid dapat melakukan kegiatan yang menarik minat mereka untuk berkunjung kesana.

3. Dalam penelitian ini, penulis hanya meneliti keputusan berkunjung berdasarkan faktor kualitas produk wisata. Seperti menurut Ali Hasan (2009:131) bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah *cultural* (budaya), *social class* (kelas sosial), *personality* (kepribadian), *self image* (citra diri), *life style* (gaya hidup), *reference groups* (kelompok acuan) dan *family* (keluarga). Faktor-faktor tersebutlah yang belum penulis teliti dalam penelitian ini. Oleh sebab itu penulis berharap adanya penelitian selanjutnya untuk melengkapi penelitian yang telah penulis lakukan, dilihat dari faktor lain yang belum penulis teliti untuk memperoleh hasil yang lebih baik.