

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa museum terhadap keputusan mengunjungi museum Sribaduga Bandung, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran bauran pemasaran jasa museum yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *people* menurut pengunjung museum Sribaduga Bandung berada pada kategori tinggi.. Dilihat dari perolehan skor tertinggi beserta harga yang merupakan dimensi bauran pemasaran museum yang paling baik, karena tiket masuk museum dinilai murah oleh pengunjung. Sedangkan promosi merupakan dimensi bauran pemasaran museum yang kurang baik dikarenakan berada pada indikator *product* yaitu salah satu indikator yang sangat penting dalam museum Sribaduga agar menarik para pengunjung yang datang ke museum Sribaduga.
2. Gambaran keputusan mengunjungi museum Sribaduga Bandung yang terdiri dari lima indikator yaitu pilihan produk atau jasa, pilihan merek, pilihan waktu kunjungan, jumlah kunjungan, dan metode pembayaran menurut pengunjung museum Sribaduga Bandung berada pada kategori tinggi. Dilihat dari perolehan skor tertinggi berada pada indikator jumlah kunjungan, jumlah kunjungan di museum Sribaduga diramaikan oleh para rombongan yang

mengunjungi museum Sribaduga yang ingin menambah ilmu pengetahuan dan memberikan pengalaman kepada pengunjung.

3. Bauran pemasaran jasa museum yang terdiri dari lima indikator yakni *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *people* memiliki pengaruh terhadap keputusan mengunjungi museum Sribaduga Bandung yang terdiri dari lima indikator yakni pilihan produk atau jasa, pilihan merek, pilihan waktu kunjungan, jumlah kunjungan, dan metode pembayaran. Koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat antara bauran pemasaran jasa museum terhadap keputusan mengunjungi museum Sribaduga.

## 5.2 Saran

1. Agar museum Sribaduga dikenal oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, pihak museum Sribaduga harus lebih intens mempromosikan lewat media cetak, dan juga pada jaman jaman sekarang ini berita lebih cepat di tangkap oleh masyarakat luas adalah lewat website atau internet, maka pihak museum harus lebih meng update berita tentang museum lewat website atau internet.
2. Museum Sribaduga disarankan untuk sering mengadakan acara atau *event* yang beragam agar semakin banyak wisatawan yang mengunjungi museum Sribaduga.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan penelitian terhadap faktor – faktor lain yang mempengaruhi keputusan mengunjungi museum

Sribaduga sehingga dapat memberikan hasil dan kontribusi maksimal baik itu bagi peneliti maupun bagi museum yang ada di kota Bandung agar wisatawan lebih memilih untuk mengunjungi museum di Kota Bandung yang banyak memberikan manfaat untuk kedepannya.