

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan terkait dengan Pengaruh *event marketing* terhadap keputusan berkunjung melalui Event Ramadhan Fair adalah sebagai berikut.

1. *Event marketing* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata kota Medan melalui Event Ramadhan Fair yang terdiri *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* dimana *entertainment* adalah yang paling tinggi, hal ini dikarenakan kunci keberhasilan pemasaran event adalah mampu menyediakan hiburan yang menarik audiensi untuk mengunjungi event tersebut sambil berwisata di kota Medan.
2. Proses keputusan berkunjung ke kota Medan melalui Event Ramadhan Fair telah memiliki respon yang baik dari pengunjung, karena dengan adanya acara Event Ramadhan Fair, wisatawan dapat mengetahui lebih jauh terkait wisata di kota Medan diberbagai lokasi dengan menggunakan tour yang diselenggarakan dalam event tersebut.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* secara simultan terhadap keputusan berkunjung melalui Event Ramadhan Fair. Adapun secara parsial menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* secara parsial terhadap keputusan berkunjung melalui Event Ramadhan Fair. Analisis data untuk regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi pada *Entertainment*, *Excitement* dan *Enterprise* mempunyai arah yang positif terhadap keputusan berkunjung. Untuk besarnya pengaruh variabel *Entertainment*, *Excitement* dan *Enterprise* secara simultan terhadap proses keputusan berkunjung.

5.2 Rekomendasi

Terkait dengan kesimpulan, ada 154 beberapa saran-saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sebaiknya Dinas Pariwisata kota Medan lebih meningkatkan kembali pelaksanaan event marketing tidak hanya melalui Event Ramadhan Fair saja, tetapi juga mengikuti event-event yang berskala nasional maupun internasional, sehingga wisata di kota Medan dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga mampu meningkatkan minat untuk berwisata ke kota Medan.
2. Dinas Pariwisata kota Medan melakukan perbaikan di bidang infrastruktur terkait wisata di kota Medan diantaranya meningkatkan aksesibilitas, peningkatan atraksi dan peningkatan fasilitas, sehingga wisatawan yang berkunjung ke Kota Medan akan mudah dalam menjangkau lokasi dan merasa senang ketika berwisata ke kota Medan.
3. Adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung diharapkan adanya penelitian lanjutan terkait dengan keputusan berkunjung, sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung seperti daya tarik wisata, dan promosi-promosi lain selain dari *event marketing*.