

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori dan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh *Virtual Museum* Nasional Indonesia terhadap minat berkunjung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran penggunaan *virtual museum* sebagai media promosi Museum Nasional yang dinilai efektif oleh responden, artinya *virtual museum* tersebut dapat dikatakan menarik untuk di lihat.
2. Gambaran minat berkunjung yang dinilai oleh responden memberikan persepsi yang positif, artinya Museum Nasional Indonesia adalah destinasi yang layak dan menarik untuk di kunjungi.
3. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti pada pengunjung *Virtual Museum* Nasional Indonesia, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara *virtual museum* Nasional Indonesia terhadap minat berkunjung, sehingga semakin menarik *virtual museum* maka akan semakin tinggi minat untuk mengunjungi Museum Nasional secara langsung.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditarik kesimpulan oleh penulis mengenai pengaruh *virtual museum* terhadap minat berkunjung, maka penulis akan mencoba mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan alternatif atau referensi solusi lain dalam mengatasi permasalahan pada Museum Nasional Indonesia yang diharapkan dapat membantu Museum Nasional Indonesia dalam mengambil keputusan terbaik di masa yang akan datang, juga dapat dijadikan alternatif untuk penelitian selanjutnya.

1. Berdasarkan tanggapan konsumen mengenai variabel *virtual museum*, terdapat indikator yang mendapat skor terendah yaitu *frequency of museum visit*. Pihak manajemen bidang *online marketing* Museum Nasional Indonesia dapat mengupayakan dengan membuat konten yang singkat, padat, serta menarik untuk *virtual museum*, tidak terlalu lama karena akan membuat

Nurul Laelia, 2018

PENGARUH VIRTUAL MUSEUM NASIONAL INDONESIA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

2. penonton merasa bosan. Selain itu dapat difasilitasi dengan *virtual museum* secara *offline*, agar tidak terhalang oleh jaringan internet, sinyal, maupun gangguan lainnya. Sehingga pengunjung *virtual museum* tidak ada hambatan dalam indikator *frequency of museum visit*. Upaya ini diharapkan membantu Museum Nasional dalam menentukan strategi promosi yang jauh lebih baik.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel minat berkunjung, terdapat indikator yang mendapat skor terendah yaitu, *considering purchase*. Museum Nasional dapat mengupayakan dengan cara meningkatkan *service* yang diberikan untuk pengunjung, misalnya terdapat penjemputan gratis di stasiun atau *airport* ataupun dengan cara meningkatkan *brand awareness* yang dimiliki agar dapat dikenal lebih luas dari sebelumnya di mata masyarakat, yaitu bisa dengan cara lebih mengerahkan kembali dalam mengikuti *event-event* besar di seluruh Indonesia. Sehingga, diharapkan akan ada timbulnya kepercayaan merek akan sebuah tempat wisata yaitu Museum Nasional.
4. Berdasarkan hubungan korelasi yang rendah antara variabel *virtual museum* dengan minat berkunjung, maka diharapkan Museum Nasional dapat lebih selektif dalam menentukan media promosi yang akan dipilih untuk memasarkan sebuah tempat wisata, sehingga pengunjung memiliki keinginan yang tinggi terhadap kunjungan ke Museum Nasional secara langsung.
5. Dikarenakan *virtual museum* bukan satu-satunya hal yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ke Museum Nasional, maka diharapkan pihak Museum Nasional dapat terus mencari tahu mengenai keinginan pasar yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pemasaran sendiri merupakan ilmu yang terus berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman, sehingga pihak Museum Nasional perlu mengikuti agar tidak tertinggal oleh pergerakan yang terjadi dalam dunia bisnis khususnya wisata *heritage*.
6. Penelitian yang selanjutnya, mungkin diharapkan dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, faktor-faktor lain contohnya adalah *film induced tourism*, e-WOM pada vlog

Nurul Laelia, 2018

PENGARUH VIRTUAL MUSEUM NASIONAL INDONESIA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

youtube, atau paket wisata yang harus menyertakan Museum Nasional sebagai destinasi wajib. Hal tersebut dilakukan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif mengenai minat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia.

Nurul Laelia, 2018

PENGARUH VIRTUAL MUSEUM NASIONAL INDONESIA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu