

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan memilih produk outbound di LEAD Indonesia Lido Lakes Resort dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Preferensi Wisatawan memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Memilih/Pembelian (semakin tinggi/kuat Preferensi Wisatawan, maka semakin meningkat Keputusan Memilih/Pembelian). Hal ini menunjukkan bahwa selera yang dimiliki oleh seorang konsumen yang meliputi lokasi, suasana, aksesibilitas dan fasilitas menjadi hal yang terpenting. Seorang konsumen akan memilih sebuah produk outbound di LEAD Indonesia Lido Lakes Resort dengan melihat dari lokasi provider Lead Indonesia tersebut yang berada di dalam lingkungan Lido Lakes Resort & Conference Bogor dengan suasana yang dimiliki masih asri serta aksesibilitas dan fasilitas yang dimilikinya pun sudah cukup lengkap.
2. Keputusan Pembelian/memilih berdasarkan faktor pemilihan produk, merek dan waktu menunjukkan hasil dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan aspek-aspek tersebut mampu memelihara dan mengembangkannya menjadi salah satu pilihan yang tepat bagi para wisatawan.
3. Terdapat hubungan antara Preferensi Wisatawan dengan Keputusan Memilih / Pembelian. Seorang wisatawan yang datang ke Lido Lakes Resort & Conference untuk melakukan outbound di Lead Indonesia dipengaruhi dari selera wisatawan dimulai dari lokasi, aksesibilitas, suasana dan fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata. Faktor selera wisatawan akan disesuaikan dari ketertarikan konsumen itu sendiri mengenai sebuah produk. Untuk keputusan memilih/pembelian akan dipengaruhi dengan pemilihan produk, merek dan Waktu. Para wisatawan yang datang untuk menggunakan produk outbound LEAD Indonesia di Lido Lakes Resort ini sebagian besar melihat dari keunggulan program yang dimiliki dan kesesuaian manfaat.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut :

1. Pemerintah Kabupaten Bogor harus lebih memperhatikan kualitas destinasi Kabupaten Bogor infrastruktur, kenyamanan transportasi umum, kebersihan dan keamanan untuk dapat mencapai kepuasan wisatawan.
2. Berdasarkan hasil preferensi wisatawan, LEAD Indonesia Lido Lakes Resort & Conference Bogor harus dapat meningkatkan fasilitas dan layanan untuk wisatawan terutama pada kemudahan aksesibilitas.
3. Berdasarkan hasil keputusan pemilihan, LEAD Indonesia Lido Lakes Resort & Conference dapat memberikan penawaran produk yang lebih menarik dan beragam. Peningkatan dan penguataan merek LEAD Indonesia juga dapat menjadi salah satu capaian pemasaran yang perlu dilakukan dalam waktu dekat.
4. Penelitian selanjutnya dapat menginvestigasi lebih jauh faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan memilih produk Outbound di LEAD Indonesia Lido Lakes Resort Bogor.