

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh Produk dan Citra terhadap Keputusan Berkunjung, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Produk wisata Saung Angklung Udjo sangat beragam, yang terdiri dari pertunjukan internal dan pertunjukan eksternal. Menurut hasil penelitian yang dilakukan dengan 100 orang responden diketahui bahwa Saung Angklung Udjo mempunyai produk wisata yang baik di kalangan wisatawan.
2. Menurut hasil penelitian mengenai bagaimana tanggapan citra di benak wisatawan diketahui bahwa wisatawan mempunyai kesan yang baik terhadap Saung Angklung Udjo, itu mengakibatkan Saung Angklung Udjo mempunyai citra yang baik di kalangan wisatawan.
3. Menurut hasil penelitian diketahui bahwa wisatawan mempunyai keputusan berkunjung yang baik terhadap Saung Angklung Udjo. Yang menjadi faktor utama wisatawan berkunjung ke Saung Angklung Udjo adalah karena keunggulan produk dan atraksi wisata Saung Angklung Udjo dibanding kompetitor.
4. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa produk dan citra memberikan pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Semakin tinggi atau kuat produk dan citra, maka semakin meningkat keputusan berkunjung. Dan diketahui bahwa variabel citra mempunyai presentase nilai yang lebih tinggi dibandingkan produk. Saung Angklung Udjo hendaknya mempertahankan bahkan melakukan peningkatan citra menjadi lebih baik lagi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis menyarankan beberapa hal mengenai pengaruh produk dan citra saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan adalah:

1. Penulis menyarankan agar pihak Saung Angklung Udjo bisa bekerja sama dengan Dinas PU untuk memfasilitasi jalan menuju Saung Angklung Udjo agar wisatawan yang datang berkunjung ke Saung Angklung Udjo merasa nyaman.
2. Penulis menyarankan agar pihak Saung Angklung Udjo yang memberikan informasi, dalam hal ini adalah *Guest Relation Officer* memahami *product knowledge* Saung Angklung Udjo untuk memenuhi keingintahuan wisatawan yang akan atau yang telah berkunjung ke Saung Angklung Udjo.
3. Penulis menyarankan agar pihak Saung Angklung Udjo memfasilitasi wisatawan yang tidak menggunakan transportasi pribadi, seperti menyediakan *shuttle* mobil untuk mengakses Saung Angklung Udjo.
4. Penulis menyarankan agar pihak Saung Angklung Udjo meningkatkan promosi produk, misalnya melalui media brosur yang mencakup keseluruhan produk yang ditawarkannya ataupun melalui website. Untuk website sebaiknya pihak Saung Angklung Udjo menyertakan bahasa Indonesia juga, mengingat sebagian wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo adalah wisatawan domestik.