

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh *expanded marketing mix* terhadap keputusan berkunjung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penilaian *Expanded Marketing Mix* di Museum Sonobudoyo Yogyakarta menurut wisatawan nusantara yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta, berada pada kategori tinggi yang terdiri dari *people*, *physical evidence*, dan *process*. Dimensi dari *expanded marketing mix* yang mendapatkan penilaian tinggi yaitu *people* dan *process* merupakan dimensi yang mendapatkan penilaian terendah dari responden.
2. Penilaian tingkat kunjungan wisatawan di Museum Sonobudoyo Yogyakarta menurut wisatawan nusantara yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang terdiri dari enam indikator yaitu pemilihan produk wisata, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu berkunjung, pemilihan jumlah kunjungan, dan metode pembayaran. Penilaian tinggi diantara indikator tingkat kunjungan adalah berdasarkan pemilihan produk. Sedangkan penilaian terendah adalah pada metode pembayaran.

3. *Expanded marketing mix* yang terdiri dari *people*, *physical evidence* dan *process*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara dalam upaya meningkatkan tingkat kunjungan di Museum Sonobudoyo Yogyakarta, untuk dimensi *people* merupakan dimensi yang paling tinggi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, dan untuk dimensi yang memiliki pengaruh paling rendah adalah dimensi *process*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. *Process* merupakan dimensi dari *expanded marketing mix* yang memperoleh penilaian terendah. Rekomendasi yang diberikan adalah *process* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Hal ini semestinya menjadi informasi yang digunakan oleh pihak pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta untuk lebih peka akan perilaku wisatawan dalam memenuhi kebutuhan wisatanya. Dikarenakan *process* merupakan urutan pelaksanaan atau kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk mendapatkan atau mencapai sesuatu yang menjadi tujuan dalam hal ini mengunjungi objek wisata. Oleh karena itu, setiap *process* yang harus dilalui oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta perlu diperhatikan juga oleh pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

2. Pemilihan produk berdasarkan *expanded marketing mix* terbukti dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan dan Museum Sonobudoyo Yogyakarta juga merupakan salah satu museum unggulan di Yogyakarta yang dapat juga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu apabila pihak pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta, terus berupaya untuk meningkatkan penataan ulang terhadap museum dari segi ruang pameran maupun dari koleksi Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.
3. *Expanded marketing mix* yang terdiri dari *people*, *physical evidence*, dan *process*, terbukti satu sama lain saling berkaitan dan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Namun dalam hal ini, *expanded marketing mix* yang bersifat internal sebagai faktor pendorong perlu ditindaklanjuti oleh pihak pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta untuk dapat memahami perilaku wisatawan, sehingga dapat mengetahui kebutuhan dan harapan wisatawan tidak hanya secara internal namun juga secara eksternal, dalam mengunjungi daya Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Beberapa program yang bersifat eksternal seperti penataan ulang museum, peningkatan promosi, peningkatan kualitas jasa dan produk wisata, pengembangan jaringan kemitraan, dan peningkatan mutu SDM pariwisata perlu terus dilakukan dalam rangka menarik wisatawan untuk berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta, serta untuk mempertahankan eksistensi Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

4. Berdasarkan preferensi wisatawan dalam berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Namun pihak pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta harus terus melakukan pengembangan dan penataan dengan memperhatikan berbagai saran dan masukan dari para pengunjung. Karena merekalah yang paling tahu apa yang dibutuhkan dan yang harus ada dalam suatu tempat objek wisata. Supaya dimanapun para pengunjung berwisata, mereka bisa merasa nyaman dengan adanya berbagai fasilitas dan kemudahan yang bisa mereka dapatkan.
5. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Museum Sonobudoyo Yogyakarta, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian untuk mencari temuan mengenai program atau strategi pemasaran yang dilakukan oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta melalui *expanded marketing mix* yang memerlukan inovasi baru agar tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta terus meningkat setiap tahunnya.