

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikasi dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk Katumiri *Outdoor Activities* terdiri dari lini produk baru, tambahan produk, dan penyempurnaan produk. Strategi pengembangan produk yang memiliki penilaian paling tinggi dari pengunjung terhadap keputusan berkunjung adalah melalui lini produk baru. Hal ini dikarenakan lini produk baru yang ditawarkan Katumiri *Outdoor Activities* yang terdiri dari wahana permainan *paintball* dan balon darat lebih menarik pengunjung karena lini produk baru menawarkan produk, dalam hal ini permainan yang belum pernah ada sebelumnya di Katumiri *Outdoor Activities*.
2. Tanggapan penilaian pengunjung terhadap keputusan berkunjung di Katumiri *Outdoor Activities*, dengan penilaian tertinggi terdapat pada keputusan berkunjung oleh pemilihan produk atau jasa. Produk atau jasa yang ditawarkan oleh Katumiri *Outdoor Activities* memiliki daya tarik tersendiri sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*.

3. Pengaruh strategi pengembangan produk dalam upaya menciptakan keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities* yang terdiri dari lini produk baru, tambahan produk dan penyempurnaan produk adalah sebagai berikut. Strategi pengembangan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dikarenakan wahana permainan lini produk baru yaitu *paintball* dan balon darat sebenarnya dapat menarik pengunjung untuk mencoba wahana tersebut, tetapi karena harga tiket dari wahana permainan tersebut yang terlalu mahal maka pengunjung merasakan adanya ketidakpuasan. Selain itu, tambahan produk juga memiliki pengaruh yang tidak signifikan dikarenakan paket *fun game outing* hanya dibuka pada hari Kamis. Sedangkan mayoritas pengunjung melakukan kunjungan pada saat hari libur. Selain itu juga wahana permainan penyempurnaan produk, yaitu *ATV Adventure*, *Mini Moto* dan *Buggy of road* pengembangan yang dilakukan hanya merubah desain atau *track* nya saja, sehingga pengunjung pun tidak terlalu merasakan sesuatu yang baru sesuai dengan yang diharapkan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Skor terendah dari item pertanyaan yang mendapatkan penilaian kurang baik, seperti pada dimensi lini produk baru dan penyempurnaan produk adalah pada item pertanyaan kemenarikan penggunaan kata dan intonasi

pada wahana permainan balon darat dan *mini moto*. Hal ini dapat diatasi dengan melatih para pemandu-pemandunya untuk lebih atraktif dan komunikatif serta jelas dalam memberikan intruksi bermain kepada para pengunjung. Unsur lain yang perlu diperbaiki yaitu pada dimensi tambahan produk baru dengan item pertanyaan daya tarik desain dan tema paket *fun game outing*, hal ini bisa diatasi dengan menyajikan paket ini pada hari libur, Sabtu dan Minggu dimana saat para pengunjung lebih sering melakukan kunjungannya. Selain itu desain dan tema paket *fun game outing* tersebut perlu diadakan perubahan sehingga tidak sama seperti layaknya wahana permainan biasa.

2. Keputusan berkunjung yang dinilai oleh tamu mengenai Katumiri *Outdoor Activities* cukup beragam. Indikator yang mendapatkan penilaian terendah adalah pemilihan waktu kunjungan pada item pertanyaan frekuensi kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program diskon. Hal ini dapat diatasi dengan cara memberikan diskon khusus kepada pengunjung yang sering melakukan kunjungan.
3. Hasil penelitian melalui uji hipotesis dan korelasi menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*. Katumiri *Outdoor Activities* kurang banyak mengembangkan wahana permainan baru dan memberikan paket bermain pada hari libur serta penyempurnaan produk. Pada dimensi lini produk baru harga tiket dari wahana permainan yang baru diluncurkan terlalu mahal sehingga kurang menarik minat

pengunjung. Walaupun strategi lini produk baru, tambahan produk dan penyempurnaan produk tetap dilakukan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungan. Sebaiknya Katumiri *Outdoor Activities* melakukan semua strateginya secara berkelanjutan agar terciptanya signifikansi antara strategi pengembangan produk dengan keputusan berkunjung.

4. Sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya di Katumiri *Outdoor Activities*, para peneliti selanjutnya dapat mengangkat masalah lain seperti pengaruh harga, pelayanan atau promosi yang ditawarkan agar keputusan berkunjung meningkat sesuai dengan target dan pengunjung pun akan terus melakukan kunjungan ulang dengan berbagai macam faktor penunjang seperti lokasi dan harga tiket permainan yang relatif murah sehingga Katumiri *Outdoor Activities* akan semakin maju dan berkembang.