

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengambil dari data analisis dan temuan dari diskusi pasal sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa:

- 1) Analisis deskriptif memberi gambaran mengenai variabel produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4), Orang (X5), Bukti Fisik (X6) dan minat berkunjung kembali ke gua kristal bolok baik. Ini menjawab pertanyaan bahwasanya H1 ditolak karena:
 - a) Variabel produk (X1) dengan kategori nilai deskriptif baik
 - b) Variabel harga (X2) dengan kategori nilai deskriptif baik
 - c) Variabel promosi (X3) dengan kategori nilai deskriptif baik
 - d) Variabel tempat (X4) dengan kategori nilai deskriptif baik
 - e) Variabel orang (X5) dengan kategori nilai deskriptif baik
 - f) Variabel bukti fisik (X6) dengan kategori nilai deskriptif baik
- 2)
 - a. Variabel Produk (X1), Promosi (X3), Tempat (X4), Orang (X5), Bukti Fisik (X6) dengan parsial berdampak positif dan signifikan kepada minat berkunjung kembali (Y) ke Gua Kristal. Hasil dari penelitian ini yakni hipotesis diterima.
 - b. Variabel Harga (X2) dengan parsial berdampak negatif dan tidak signifikan kepada minat berkunjung kembali (Y) ke Gua Kristal. Hasil dari penelitian ini yakni hipotesis ditolak.
- 3) Variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4), Orang (X5), Bukti Fisik (X6) dengan simultan berdampak positif dan signifikan

kepada minat berkunjung kembali (Y) ke Gua Kristal. Hasil dari penelitian ini yakni hipotesis diterima.

5.2 Saran

- 1) Bagi petugas dan pemilik Gua Kristal Bolok disarankan guna para petugas di gua kristal yang berjaga ataupun yang melayani pada pemberian informasi serta penyediaan fasilitas penerangan agar lebih bersikap sopan, ramah dan baik kepada para wisatawan yang berkunjung, misalkan bisa memakai bahasa-bahasa komunikasi yang baik.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, Mereka yang tertarik guna menjalankan penelitian yang sebanding harus bertujuan guna meningkatkan temuan penelitian ini dengan memperluas jangkauan variabel dan meningkatkan jumlah peserta. Pendekatan ini akan memungkinkan kita guna lebih memahami motivasi yang mendasari di balik pilihan wisatawan, terutama pada kaitannya dengan bauran pemasaran (6P) dan minat mereka guna kembali kunjungan. Selain itu, ini akan memungkinkan kita guna memperbaiki variabel yang ada, memberikan wawasan yang lebih pada terkait keinginan wisatawan. Seperti kepuasan pengunjung dan juga loyalitas pengunjung dikarenakan jika para pengunjung merasa puas dengan jasa ataupun produk yang diberikan maka pengunjung pun akan loyal ataupun setia guna berkunjung kembali lebih dari satu kali berkunjung, guna itu bagi peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel tersebut agar bisa mendalami lagi penelitian yang serupa.