

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, terhadap keputusan berkunjung pada kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kedua variabel tersebut. Dan dari rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung pada kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya. Artinya menurut wisatawan, variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan berkunjung pada kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya.

Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil peneliti membuktikan bahwa variabel independen (Promosi) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh didalam penelitian ini, maka diajukanlah saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil dari penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Sebaiknya Promosi harus lebih ditingkatkan untuk menarik wisatawan, terutama kawasan wisata Herlingga Jaya dalam melakukan promosi melalui media cetak, promosi yang informatif, promosi yang aktual, bekerjasama dengan pihak tour & travel, promosi melalui baleho papan iklan masih dirasa kurang dan perlu ditingkatkan lagi.
2. Menjaga fasilitas wisata yang sudah ada dan menambah fasilitas hiburan untuk menunjang daya tarik wisata untuk berkunjung ke kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya.

Sehubungan dengan tinjauan yang dilakukan/dilaksanakan terhadap bagian marketing khususnya promosi untuk meningkatkan Keputusan Berkunjung pada kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya. Semoga apa yang dikemukakan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam setiap pengambilan keputusan yang berkaitan dengan masalah-masalah Promosi guna meningkatkan Keputusan Berkunjung para wisatawan.