

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif antara bauran promosi periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat terhadap keputusan Wisatawan untuk berwisata di *Lembah Hijau* Bandar Lampung dapat diterima atau terbukti dalam penelitian ini, Hal tersebut berdasarkan :

1. Hasil uji koefisiensi determinasi $R^2 = 0,637$. Hal ini berarti sumbangan variabel X (bauran promosi) berperan dalam menjelaskan setiap variabel Y (keputusan Wisatawan) yang berkontribusi sebesar 63,7 % dan sisanya sebesar 36,3% di jelaskan oleh faktor lain meliputi kualitas pelayanan, kepuasan, harga dan lokasi.
2. Hasil menyatakan bahwa bauran promosi Periklanan (*advertising*) (X1), Promosi Penjualan (*sales promotion*) (X2), dan Hubungan Masyarakat (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan Wisatawan. Hal ini berdasarkan pada nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05.

3. Berdasarkan uji parsial yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel, variabel independen memiliki pengaruh terhadap keputusan wisatawan, dapat dilihat dari hasil uji $t > t$ tabel. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan wisatawan adalah promosi penjualan (*sales promotion*), hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar $8,309 > 1,985$ t tabel, selanjutnya dari besar ke terkecil yaitu variabel periklanan (*advertising*) dengan hasil uji t $5,479 > 1,985$ t tabel, dan variabel hubungan masyarakat (*public relations*) dengan hasil uji t sebesar $3,449 > 1,985$ t tabel.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa hal yang harus dilakukan oleh tempat wisata *Lembah Hijau Bandar Lampung* antara lain :

1. Adanya promosi penjualan berupa pertunjukan satwa secara gratis yang dilakukan *Lembah Hijau* sangat berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung, namun dalam pembahasan sebelumnya adanya promosi penjualan berupa pertunjukan satwa secara gratis belum sepenuhnya efektif untuk menarik kunjungan wisatawan, kurangnya durasi pada acara satwa gratis membuat indikator frekuensi promosi pada *Lembah Hijau* belum sepenuhnya maksimal, dalam hal ini *Lembah Hijau* harus mempertahankan bagian dari promosi penjualan tersebut sebagai acuan untuk dapat meningkatkan kembali jumlah pengunjung pada tiap tahunnya. Salah satu cara yang harus dilakukan

adalah dengan selalu meningkatkan kualitas pertunjukan serta kinerja karyawan melalui pelatihan.

2. Promosi iklan yang dilakukan *Lembah Hijau* meliputi tujuan iklan, pesan yang di sampaikan serta media yang digunakan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung, namun masih ada beberapa masalah mengenai periklanan yaitu pada pesan iklan yang belum sepenuhnya dirasakan oleh wisatawan, tujuan iklan yang masih belum tepat sasaran kepada seluruh wisatawan yang potensial, serta media iklan yang harus dilakukan belum sepenuhnya memenuhi jangkauan wisatawan di *Bandar Lampung*, namun ketiga masalah tersebut masih belum dikatakan serius tetapi harus tetap di perbaiki kedepannya, dalam hal ini kedepannya *Lembah Hijau* harus meningkatkan kualitas promosi melalui iklan dengan cara sebagai berikut:

- Tujuan iklan harus bersifat informatif serta menjelaskan mengenai produk / wahana yang ditawarkan *Lembah Hijau*
- Pesan yang disampaikan harus menarik hati dan bersifat membujuk kepada masyarakat untuk mengunjungi *Lembah Hijau*
- Media iklan yang tepat sasaran diharapkan mampu menjangkau masyarakat potensial khususnya di wilayah *Bandar Lampung*.

3. Terkait hubungannya dengan masyarakat, Sebaiknya kegiatan *Lembah Hijau* yang meliputi satwa masuk sekolah, *outbound* terbuka dan *funbike* dilakukan secara rutin pada setiap bulannya, namun dari hasil pembahasan masih terdapat indikator hubungan masyarakat yang belum maksimal seperti informasi dan akses *Lembah Hijau* dengan wisatawan yang belum menjangkau keseluruhan, kegiatan *Lembah Hijau* seperti satwa masuk sekolah, *funbike*, *outbound* terbuka masih belum dilakukan secara maksimal, serta identitas perusahaan yang berupa *waterboom* sebagai ciri khas *Lembah Hijau* masih belum diketahui melainkan aneka satwa yang menjadi identitas *Lembah Hijau*. Namun adanya beberapa masalah tersebut masih dikatakan wajar tetapi tetap harus dilakukan tinjauan ulang untuk meningkatkan hubungan antara *Lembah Hijau* dengan masyarakat. Hal yang harus dilakukan adalah memberikan pengarahan kepada karyawan untuk melakukan seluruh kegiatannya sesuai prosedur dan jadwal kegiatan sehingga rangkaian acara yang melibatkan masyarakat dapat berjalan dengan baik.