

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil analisis data. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pendistribusian variabel produk (X1) terhadap Keputusan Pemilihan Wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park Kabupaten Nganjuk yang berjumlah 349 responden, sebanyak 257 responden atau 73,64% dinyatakan kategori baik.
2. Hasil pendistribusian variabel harga (X2) terhadap keputusan pemilihan wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park Kabupaten Nganjuk yang berjumlah 349 responden, sebanyak 233 responden atau 66,76% dinyatakan kategori baik.
3. Hasil pendistribusian variabel keputusan pemilihan (Y) dari 349 responden, sebanyak 265 atau setara 75,93,7% responden menyatakan bahwa variabel keputusan pemilihan dinyatakan pada kategori baik.
4. Berdasarkan analisis data yang peneliti lakukan, diperoleh hasil variabel produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan (Y) wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park. Hal ini dibuktikan pada hasil uji korelasi pearson dengan nilai 0,614 dengan signifikansi 0,000 yang berarti ada hubungan yang kuat antara variabel X1

dan Y. Selain itu, dapat dilihat di uji t yang menunjukkan signifikansi 0,00 yang mana $< 0,05$, maka dapat disimpulkan H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

5. Berdasarkan analisis data yang peneliti lakukan, diperoleh hasil variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan (Y) wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park. Hal ini dibuktikan pada hasil uji korelasi pearson dengan nilai 0,441 dengan signifikansi 0,000 yang berarti ada hubungan yang sedang antara variabel X2 dan Y. Selain itu, dapat dilihat di uji t yang menunjukkan signifikansi 0,00 yang mana $< 0,05$, maka dapat disimpulkan H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.
6. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa variabel produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan (Y) wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park Kabupaten Nganjuk. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai f-hitung sebesar 161,302 $>$ f-tabel 3,02 dengan signifikansi 0,00. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Selanjutnya hasil nilai R^2 sebesar 0,483 mengindikasikan bahwa variabel produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pemilihan objek wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park sebesar 48,3%. Sedangkan sisanya 51,7% seperti tempat, promosi, orang proses, dan bukti fisik yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dijadikan untuk evaluasi pengelola wisata ataupun peneliti selanjutnya:

1. Bagi Jolotundo Glamping dan Edu Park

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Variabel produk dan harga termasuk dalam kategori baik dalam mempengaruhi keputusan memilih pengunjung wisata. Maka, peneliti menyarankan kepada pengelola wisata untuk terus menjaga dan memperhatikan produk dan harga Jolotundo Glamping dan Edu Park Kabupaten Nganjuk. Hal tersebut bertujuan agar minat wisatawan terhadap wisata Jolotundo Glamping dan Edu Park terus meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yaitu promosi, lokasi, proses, orang, atau bukti fisik yang dapat mempengaruhi keputusan memilih. Dengan adanya kontribusi produk dan harga terhadap keputusan memilih, hanya bisa berpengaruh sebesar 48,3%. Sehingga masih terdapat ruang untuk dieksplorasi bagi peneliti berikutnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian hanya mengkaji variabel Produk dan Harga, sehingga masih terdapat faktor lain yang memengaruhi keputusan pemilihan wisatawan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 48,3%. Hasil penelitian juga hanya berlaku pada pengunjung Jolotundo Glamping dan Edu Park. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner secara *cross-sectional* hanya menggambarkan persepsi wisatawan pada periode tertentu dan berpotensi mengandung subjektivitas responden. Selain itu, penggunaan *simple random sampling* tanpa kerangka sampel yang lengkap dapat menyebabkan tidak seluruh kelompok pengunjung memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden.