

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa dari 349 responden, sebanyak 64,75% atau 246 responden menyatakan produk wisata Pantai Gemah Tulungagung dalam kategori baik.
2. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa dari 349 responden, sebanyak 82,81% atau 289 responden menyatakan lokasi wisata Pantai Gemah Tulungagung dalam kategori strategis.
3. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa dari 349 responden, sebanyak 94,56% atau 330 responden menyatakan keputusan pemilihan wisata Pantai Gemah Tulungagung dalam kategori tinggi.
4. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel produk (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pemilihan objek wisata Pantai Gemah Tulungagung (Y). Nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,700 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel X_1 terhadap Y . Serta hasil uji statistik t nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
5. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pemilihan objek wisata

Pantai Gemah Tulungagung (Y). Nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,755 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel X_2 terhadap Y. Serta hasil uji statistik t nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

6. Variabel produk (X_1) dan lokasi (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan objek wisata Pantai Gemah Tulungagung (Y). Nilai uji pada analisis korelasi berganda sebesar 0,854 dengan signifikansi F change 0,000 artinya berkorelasi kuat. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} = 464,249 > F_{tabel} = 3,02$ dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sedangkan R^2 ditemukan hasil 0,729 artinya besarnya pengaruh variabel produk dan lokasi terhadap keputusan pemilihan sebesar 72,9% sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

B. Saran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data pada bab 4, maka saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Wisata Pantai Gemah Tulungagung

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa Produk dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pemilihan. Variabel Produk termasuk dalam kategori baik dan Lokasi termasuk dalam kategori

strategis dalam mempengaruhi Keputusan Pemilihan. Maka, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola wisata untuk terus menjaga Produk dan Lokasi dari Wisata Pantai Gemah Tulungagung. Dengan demikian konsumen atau wisatawan juga akan melakukan kunjungan ulang di Wisata Pantai Gemah Tulungagung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pemilihan. Karena pengaruh Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pemilihan sebesar 72,9%, hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi Keputusan Pemilihan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar meghasilkan penelitian yang lebih baik.