

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. *Product* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung, berdasarkan nilai $t_{hitung} = 2.825 >$ nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.006 < 0.05$. Artinya semakin berkualitas dan beragam *product* atau wahana yang ditawarkan oleh pengelola Pantai Kartini Jepara maka keputusan berkunjung juga akan semakin tinggi.
2. *Price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara, berdasarkan nilai $t_{hitung} = 5.333$ lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Artinya semakin terjangkau *price* yang ditetapkan oleh pengelola Pantai Kartini Jepara maka keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara juga akan semakin tinggi.
3. *Promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara, berdasarkan nilai $t_{hitung} = -0.670$ lebih kecil dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.505 > 0.05$. Hal ini disebabkan karena Pantai Kartini Jepara merupakan pantai yang sepertinya wajib untuk dikunjungi oleh warga Jepara dan sekitarnya setiap tahunnya yaitu adanya even “Lomban” untuk memeriahkan bulan Syawal.

4. *Place* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara, berdasarkan nilai $t_{hitung} = 1.795$ lebih kecil dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.076 > 0.05$. Hal ini disebabkan pengunjung melihat bahwa faktor lokasi bukanlah faktor yang signifikan untuk mempengaruhi keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara.
5. *People* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara berdasarkan nilai $t_{hitung} = 5.164$ lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini karena salah satu hal yang menyebabkan *people* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, karena pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pantai Kartini Jepara sudah baik.
6. *Process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara, berdasarkan nilai $t_{hitung} = 3.512$ lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.001 < 0.05$. Artinya dengan *process* yang baik akan mendorong pengunjung untuk mengunjungi Pantai Kartini Jepara.
7. *Physical evidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Pantai Kartini Jepara, berdasarkan nilai $t_{hitung} = -0.772$ lebih kecil dari nilai t_{tabel} (1.98698), dengan taraf signifikansi $0.442 > 0.05$. Hal ini dikarenakan Pantai Kartini Jepara merupakan salah satu ikon Kota Jepara, sehingga warga Jepara akan bangga bila berkunjung ke Pantai Kartini Jepara tanpa mempedulikan *physical evidence* yang ada di Pantai Kartini Jepara.

8. *Product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Kartini Jepara, hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} yang positif (112.794) dan jauh lebih besar dari F_{tabel} (2.12) serta nilai signifikansinya yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Koefisien determinasi yang dihasilkan adalah sebesar 89.2%. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung di Pantai Kartini Jepara adalah variabel *people*.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Hasil kuesioner penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas masih kurang. Oleh sebab itu, sebaiknya pengelola Pantai Kartini Jepara memperbaiki kualitas wahana dan juga permainan yang ada di Pantai Kartini Jepara.
2. Hasil kuesioner penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga masih dianggap kurang. Oleh karenanya pengelola Pantai Kartini Jepara memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu, bukan malah menaikkan tariff masuk pada hari-hari libur atau hari besar keagamaan.
3. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa menurut responden, indikator pendistribusian belum efektif. Oleh karena itu, hendaknya pengelola Pantai Kartini Jepara berusaha memperbaiki sistem pendistribusian sehingga bisa berjalan dengan baik.

4. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa menurut responden, indikator media masih dianggap kurang. Oleh karena itu, pengelola Pantai Kartini Jepara harus memperbaiki sistem promosi yang dilakukan dengan lebih menggalakkan promosi melalui media online dengan intensif.
5. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa menurut responden, indikator manajemen Sumber Daya Manusia masih dianggap kurang. Oleh karena itu, pengelola Pantai Kartini Jepara perlu merekrut pegawai-pegawai yang memang berkompeten pada bidangnya.
6. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa menurut responden, indikator peralatan pesanan masih dianggap kurang. Oleh karena itu, pengelola Pantai Kartini Jepara perlu merawat dengan rutin peralatan dan wahana yang ada.
7. Hasil kuesioner penelitian menunjukkan bahwa menurut responden, indikator suasana masih dianggap kurang. Oleh karena itu, pengelola Pantai Kartini Jepara perlu menatar kembali Pantai Kartini Jepara dengan menambah tanaman atau menambah lokasi bermain untuk keluarga.
8. Bagi peneliti selanjutnya masih terbuka peluang dan disarankan untuk memilih variabel-variabel lain yang lebih banyak seperti variabel sarana/prasarana, variabel harga dan lainnya sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.