

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan uraian tentang jawaban penulis atas rumusan masalah dan tujuan penelitian. Kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian dan menganalisis data dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 0,779 atau 77,9% yang diberikan jenis produk terhadap keputusan berkunjung wisata ke kota Bandung menurut perhitungan uji korelasi pearson (dapat dilihat pada tabel 4.58 Hlm. 127).
2. Terdapat pengaruh yang cukup signifikan sebesar 0,543 atau 54,3% yang diberikan harga produk terhadap keputusan berkunjung wisata ke kota Bandung menurut perhitungan uji korelasi pearson (dapat dilihat pada tabel 4.58 Hlm. 127).
3. Terdapat pengaruh yang cukup signifikan sebesar 0,505 atau 50,5% yang diberikan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisata ke kota Bandung menurut perhitungan uji korelasi pearson (dapat dilihat pada tabel 4.58 Hlm. 127).

4. Besar kontribusi wisata kuliner terhadap keputusan berkunjung ke kota bandung adalah sebesar 70,8% sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi faktor lain (dapat dilihat pada tabel 4.59 Hlm. 130).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai masukan dan pertimbangan agar lebih bermanfaat serta dalam rangka meningkatkan minat pembelian. Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut ini:

1. Mempertahankan kualitas destinasi wisata kuliner dari segi produk yang ada di Kota Bandung pada saat ini sebagaimana diketahui bahwa pengaruh jenis produk terhadap keputusan berkunjung wisata bagi para wisatawan ke Kota Bandung sebesar 0,779 atau 77,9% yang berarti paling tinggi pengaruhnya dibandingkan dengan variabel lainnya. Namun sebaiknya destinasi wisata kuliner di Kota Bandung tetap terus mengembangkan resep makanan dan berinovasi dalam menciptakan kuliner yang lebih inovatif dan kreatif lagi agar pengunjung tidak bosan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata kuliner di Kota Bandung di masa yang akan datang.
2. Meningkatkan kembali kualitas destinasi wisata kuliner dari segi harga yang ada di Kota Bandung pada saat ini sebagaimana diketahui bahwa pengaruh harga produk terhadap keputusan berkunjung wisata bagi para wisatawan ke Kota Bandung senilai 0,543 atau 54,3% yang berarti pengaruhnya tidak terlalu besar terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

3. Meningkatkan kualitas destinasi wisata kuliner dari segi lokasi yang ada di Kota Bandung pada saat ini sebagaimana diketahui bahwa pengaruh harga produk terhadap keputusan berkunjung wisata bagi para wisatawan ke Kota Bandung senilai 0,505 atau 50,5% yang berarti pengaruhnya tidak terlalu besar terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
4. Penelitian selanjutnya jika ingin meneliti wisata kuliner di Kota Bandung, disarankan untuk meneliti pengaruh-pengaruh dari variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh besar untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.