

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung wisata Labuhan Jukung. Hal ini dikarenakan promosi dan harga sangat berpengaruh dalam minat berkunjung pada suatu wisata yang akan dituju. Semakin baik promosi dan harga yang ditawarkan maka tingkat pengunjung wisata Labuhan Jukung akan meningkat.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung wisata Labuhan Jukung. Artinya semakin tinggi promosi yang ditawarkan pada pengunjung objek wisata Labuhan Jukung maka tingkat pengunjung akan meningkat.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung wisata Labuhan Jukung. Artinya semakin terjangkau nya harga tiket untuk masuk ke objek wisata Labuhan Jukung maka akan membuat pengunjung semakin tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang bisa dipertimbangkan, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung atau dapat memperluas sampel yang diteliti agar lebih banyak cangkupan yang didapat. Variabel lain tersebut seperti variabel fasilitas, brand *image*, keputusan berkunjung ulang, dan budaya.
2. Bagi Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Pesisir Barat dan Pengelola Objek Wisata
Bagi Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Pesisir Barat dan pengelola objek wisata pantai Labuhan Jukung diharapkan bisa menggunakan cara lain yang lebih menarik untuk mempromosikan objek wisata pantai Labuhan Jukung, misalnya dengan

memperbaiki akses, infrastuktur, dan fasilitas yang ada di tempat wisata serta memanfaatkan internet untuk mempromosikan objek wisata Labuhan Jukung lebih luas lagi. Sehingga diharapkan dapat menarik perhatian dan minat para calon wisatawan lain untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Labuhan Jukung.