

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Wai Platin di Kabupaten Flores Timur. Hal ini dikarenakan promosi yang selalu dilakukan oleh pihak pengelola wisata Wai Platin dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan domestik maupun mancanegara.
2. Variabel inovasi produk wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Wai Platin di Kabupaten Flores Timur. Hal ini dikarenakan dengan adanya inovasi produk tentunya mampu bersaing dalam merebut pasar wisatawan potensial.

#### **5.2 SARAN**

Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Bagi pihak pengelola objek wisata Wai Platin di Kabupaten Flores Timur

Bagi pihak pengelola objek wisata Wai Platin di Kabupaten Flores Timur harus senantiasa mempromosikan objek wisata Wai Platin agar lebih terkenal luas, sehingga akan berpengaruh terhadap banyaknya wisatawan berkunjung yang bukan hanya wisatawan domestik tetapi juga dapat menarik wisatawan mancanegara. Selain itu bagi pihak pengelola objek wisata Wai Platin harus meningkatkan inovasi produk wisata yang terdapat pada objek wisata Wai Platin agar para pengunjung tidak merasa bosan dan tertarik untuk selalu berkunjung ke wisata Wai Platin.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya tidak sebatas pengaruh promosi dan inovasi produk wisata terhadap keputusan berkunjung, tetapi perlu adanya perluasan penelitian. Maka dari itu diharapkan harus perlu adanya perluasan penelitian bagi peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, 2015. *Tourism Marketing*. Center For Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Danamik, Danweber, 2015. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, I, 2015. *Aplikasi Analisis Multi Variabel dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Erlangga.
- Hartyanto, Bima Noveka, 2019. Jurnal. *Pengaruh Promosi Pariwisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara ke ODTW*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hubeis, Musa, 2012. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. Jakarta.
- Indri Gitosudarmo, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE- Yogyakarta
- Jannah, B, 2014. Jurnal. *Pengaruh City Branding dan City Image terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Banyuwangi*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey Pearson Hall, In
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2014, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE- Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta, Salemba Empat.
- Martina, Sopa dan Adimulya Ramdan, 2013. Jurnal. *Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta*. Akpar BSI ng.
- Mahendrayani, I Gusti, 2017. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Galeri Patung Big Garden Corner Sanur Bali*. Universitas Udayana Denpasar.
- M.Liga Suryadana dan Vanny Octavia, 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung, Alfabeta.
- Putra, Riski Aristoni, 2019. *Analisis Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Pitana, I Gde. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prasetio, Bangun Dwi, 2016. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Zhorif Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang*. Universitas Jambi. Jambi.
- Sutopo, Ilham Surgawi, 2016. Jurnal. *Analisis Pengaruh Produk Wisata, Presepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Puri Maerokoco*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Sousa, F.C, Pellissier, R, dan Monteiro, I,P, 2012. *Creativity, Innovation And Collaborative Organizations. TheInternationalJournal Of Organization Innovation* Vol 5 Num 1. P. 26-59.

Sunyoto, Danang, 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS, Yogyakarta.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatifdan R&D*. Bandung : Alfabeta, cv.