

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses secara simultan terhadap minat berkunjung kembali ke Kebun Binatang Surabaya, dan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari ketujuh variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel produk, harga, promosi tempat, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali ke Kebun Binatang Surabaya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel Produk (X1) dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).
3. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).
4. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel promosi (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).

5. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel Tempat (X4) dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).
6. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel Orang (X5) dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).
7. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel Bukti Fisik (X6) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).
8. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa variabel proses (X7) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).

## **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya perlu memperhatikan lebih dalam lagi terhadap kondisi kesehatan satwa terutama perkembangbiakannya agar dapat menjaga populasi satwa dan mencegah kepunahan.
2. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya sebaiknya perlu memberikan promo atau diskon harga tiket masuk bagi rombongan dan dalam even-even tertentu.
3. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya juga sebaiknya menambah alat promosi seperti televisi, radio, koran/majalah, dan juga online sehingga dapat memberikan informasi terbaru secara luas tentang KBS dan mencegah adanya berita negatif yang dimanfaatkan oleh oknum tertentu.
4. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya juga perlu menambah loket parkir agar mengurangi antrian panjang kendaraan terutama saat hari libur dan

memberikan ruang parkir khusus untuk kendaraan Bis agar tidak memakan jalan umum .

5. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya sebaiknya perlu memberikan pemandu informasi bagi rombongan sehingga lebih edukatif dan interaktif.
6. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya juga sebaiknya memberikan papan petunjuk tentang informasi/pengetahuan satwa yang lebih banyak lagi di setiap kandang sehingga pengunjung lebih memahami tentang koleksi satwa yang ada di KBS.
7. Pihak PDTS Kebun Binatang Surabaya harus lebih menekankan terhadap aturan bagi pengunjung terutama mengenai pemberian makan satwa agar kesehatan dan keselamatan satwa dapat lebih terjamin.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Lovelock, Christopher.(2014).*Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Jilid 1*.  
Jakarta:Penerbit Erlangga

Payne, Adrian. (2014). *Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Penerbit Andi

Sekaran, Uma.(2017).*Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6*. Jakarta: Penerbit  
Salemba

Sudaryono .(2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan  
Implementasi*.Yogyakarta:Penerbit Andi

Setiyaningrum, Ari dan udaya J. dan Efendi.2015.*Prinsip-prinsip  
Pemasaran*.Yogyakarta: Penerbit Andi

Sugiyono.(2010).*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2015).*Strategi Pemasaran Edisi 4*.Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy.(2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia

### Jurnal :

Achidah, Nur , dan warso, M.M., dan Hasiolan, L.B.2016.*Pengaruh Promosi,  
Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT*.Journal of  
Management, Vol.2, No. 2, ISSN: 2502-7689  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11846> (Diakses tanggal 21  
Oktober 2019)

Yofina, Mulyati dan Miko Afrinata.2018. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pasisir Selatan*. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis Vol. 13 No. 1 Mei 2018 Universitas Dharma Andalas , ISSN:19787075 <https://ejournal.dharma Andalas.ac.id/jirm/article/view/1596> (Diakses tanggal 10 Oktober 2019)

Melva Elfrida dan Endang Sutrisna.2018. *Pengaruh Lokasi (place), Harga (price), Pelaku wisata (people) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Prababa Samosir* . Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis Vol. 6 No.2 tahun 2018 Universitas Negeri Medan , ISSN: 1978-7075. <http://jurnal.unema.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/21> (Diakses tanggal 12 Oktober 2019)

Irawan Rambe, Oki .2014. *Pengaruh bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wonders Water World Water Park CBD Polonia Medan* .Jurnal Online Mahasiswa Vol. 3 No.2 tahun 2014 Universitas Sumatera Utara Medan , ISSN: 2546-4260 <https://jom.unsu.ac.id/jirm/article/view/1586>. (Diakses tanggal 9 Oktober 2019)

Elfrida, Melva.2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada penjualan jasa kamar hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru)* Jurnal EMBA, Vol.3, No.3, ISSN:2303-11 <https://ejournal.universitاسriau.ac.id/index.php/emba/article/view/9387> (Diakses tanggal 12 Oktober 2019)

