BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel iklan terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $3,840 > t$ tabel $1,97783$ dengan taraf signifikansi $0,00 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Ariyani, Amalia & Lisa (2017) dan Alhasni & Ogi (2014) yang menyatakan bahwa variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel fasilitas terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai t hitung sebesar $4,783 > t$ tabel $1,97783$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,00 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Ahmad, Fattah & Sutopo (2015) yang menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata.

3. iklan dan fasilitas secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian dimana hasil nilai F-hitung sebesar $295,149 > F$ tabel $3,06$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < \text{nilai alpha } 0,05$ yang berarti iklan dan fasilitas secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat penjualan paket wisata pada PT Kembar Pulau Petong.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT Kembar Pulau Petong harus meningkatkan periklanan dan fasilitas agar tingkat penjualan paket wisata PT Kembar Pulau Petong mengalami peningkatan.
2. PT Kembar Pulau Petong harus mengembangkan strategi periklanan yang diterapkan, seperti memanfaatkan media sosial dan media *website* secara maksimal, memanfaatkan selebritis sebagai periklanan (*endorsement*), melakukan pengiklanan melalui media *videotron*, melakukan pameran di mall, dan lainnya.
3. PT Kembar Pulau Petong harus meningkatkan frekuensi periklanan agar konsumen dapat mengingat sepenuhnya iklan dari PT Kembar Pulau Petong.
4. PT Kembar Pulau Petong harus meningkatkan ketersediaan fasilitas permainan dan penginapan, serta meningkatkan fasilitas transportasi darat dan laut seperti menggunakan bus besar untuk segi transportasi darat dan

speedboat ukuran besar untuk segi laut agar dapat memberikan kenyamanan, keamanan dan kepuasan kepada konsumen secara maksimal.