

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Analisis dan hasil pembahasan mengenai “Pengaruh Lokasi, E-WOM, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Lesung Kresek Madiun”. Berdasarkan hasil diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Lesung Kresek Madiun. Artinya semakin mudah dijangkau dan diakses lokasi wisata lesung kresek madiun maka dapat meningkatkan pembelian wisatawan yang ingin berwisata di lesung kresek madiun.
- b. E-WOM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Lesung Kresek Madiun. Artinya semakin turun tingkat pemasaran wisata rumah makan lesung kresek madiun maka hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkat pembelian wisata di lesung kresek madiun
- c. Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Lesung Kresek Madiun. Artinya semakin baik tingkat fasilitas yang diberikan oleh pemilik usaha lesung kresek madiun dapat meningkatkan keputusan pembelian wisatawan yang berkunjung di lesung kresek madiun.
- d. Lokasi, E-WOM, dan Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Lesung Kresek Madiun secara bersamaan.

Artinya semakin baik tingkat lokasi, E-WOM dan juga fasilitas yang diberikan oleh pemilik usaha lesung kresek madiun dapat meningkatkan keputusan pembelian wisatawan yang berkunjung di lesung kresek madiun.

### **Implikasi dan Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberapa saran dari peneliti yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan oleh obyek dan juga penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut::

#### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Bagi pemilik usaha lesung kresek madiun diharapkan untuk terus meningkatkan lokasi, E-WOM, dan fasilitas yang ada diwisata lesung kresek madiun. Dengan adanya lokasi yang mudah dijangkau dan fasilitas yang memadai dan lengkap maka hal tersebut dapat memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan minat beli pengunjung wisata lesung kresek madiun.

#### **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lokasi, E-WOM dan fasilitas. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti desain interior, E-Service Quality, kualitas pelayanan dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga data akan semakin akurat.