

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis serta uraian pada bab-bab sebelumnya yang telah dilakukan penulis, maka pada bab ini penulis dapat menarik kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh promosi museum terhadap keputusan berkunjung kota Palembang pada museum Sultan Mahmud Badaruddin II, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa antara semua variabel Promosi yang meliputi Periklanan, *Personal Selling*, *Sales Promotion*, dan *Public Relation* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Kota Palembang.
2. Setelah dilakukan perhitungan dengan secara uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa dari *Personal Selling*, *Sales Promotion*, dan *Public Relation* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan berkunjung ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Sedangkan variabel periklanan (*Advertising*) berdasarkan hasil olah SPSS tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

5.2 Saran

1. Peneliti menyarankan kepada pengelola Museum Sultan Mahmud Badaruddin II untuk memperbaiki periklanan dalam mempromosikan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II .
2. Peneliti Menyarankan kepada pengelola Museum Sultan Mahmud Badaruddin II untuk meningkatkan kualitas *Personal Selling*, *Sales Promotion*, dan *Public Relation* untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.