

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan dan positif pada variabel Iklan Media Sosial dan Aksesibilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung Agrowisata Hidroponik CV. Hidro Sinergi Utama. Dengan meningkatkan Iklan Media Sosial dapat memperoleh peningkatan pula pada Keputusan Pengunjung. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Terdapat pengaruh signifikan dan positif pada variabel Aksesibilitas terhadap Keputusan Pengunjung Agrowisata Hidroponik CV. Hidro Sinergi Utama. Telah dilakukan pengujian dan analisis hingga terbukti kebenarannya, dengan demikian hipotesis kedua diterima
3. Secara simultan terbukti bahwa variabel Iklan Media Sosial dan Aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung Agrowisata Hidroponik CV. Hidro Sinergi Utama. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima

5.2 Saran

1. Bagi Pengelola Agrowisata Hidroponik CV. Hidro Sinergi Utama.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, pengunjung tertarik dengan konten media sosial yang ditampilkan oleh akun media sosial agrowisata hidroponik. Selain itu, pengelola akun media sosial agrowisata diharapkan dapat lebih interaktif dan responsif dalam melayani tanya jawab atau interaksi dengan calon pengunjung. Pengelola akun media sosial agrowisata juga perlu meningkatkan pemanfaatan *Digital Marketing* seperti meningkatkan *Engagment* (Interaksi), *Sharing*, *Like & Comment* postingan akun media sosial *follower*. Menu *Live Streaming* juga dapat digunakan untuk membangun kedekatan dengan *follower*.

Dari sisi aksesibilitas, perlu dilakukan penambahan atau perbaikan seperti tanda penunjuk jalan ke lokasi agrowisata, perbaikan Musholah, lahan parkir, toilet dan tempat duduk santai yang nyaman bagi pengunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menganalisa pengaruh Iklan Media Sosial dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Pengunjung, dimana dari hasil penelitian dan penelitian sebelumnya menunjukkan juga terdapat pengaruh dari faktor lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menyarankan agar dapat diadakan penelitian lebih lanjut dengan mengganti variabel bebas terhadap Keputusan Pengunjung seperti Promosi, Fasilitas dan Daya Tarik Wisata.