

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa Variabel Sosial Media Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Aek Sijorni Kabupaten Tapanuli Selatan
2. Bahwa Variabel *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Aek Sijorni Kabupaten Tapanuli Selatan.
3. Berdasarkan (Uji-F) diketahui bahwa variabel sosial media instagram, dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Berdasarkan (Uji-t) secara parsial variabel social media instagram , dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan.
5. Berdasarkan perhitungan koefisien determinan (R) menunjukkan bahwa hubungan antara social, dan *word of mouth* memiliki hubungan yang

sangat erat terhadap minat berkunjung pada Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Wisata Aek Sijorni

1. Variabel Sosial Media Instagram

Menurut hasil penelitian terlihat bahwa sosial media instagram berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung untuk meningkatkan minat berkunjung. Sebagian responden yang mengetahui Wisata Aek Sijorni melalui sosial media merasa kurangnya informasi sehingga membuat sedikit kurang tertarik ditambah lagi pengelola Wisata Aek Sijorni kurang memanfaatkan serta memperhatikan kualitas promosi mereka melalui sosial media seperti facebook, instagram dan lain-lain. Oleh karena itu hendaklah pengelola memanfaatkan Sosial media ini sebagai *platforms* untuk berpromosi dan dapat memperbaharui postingan yang berada di sosial media.

2. Variabel *Word of Mouth*

Menurut hasil penelitian terlihat bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan untuk meningkatkan minat berkunjung pada Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat berkunjung ke Wisata Aek Sijorni ini dikarenakan promosi khususnya ajakan oleh kerabat dekat dan para responden cenderung menikmati berwisata

disana. Namun ada sebagian responden yang menyatakan rasa kecewa terhadap petugas taman wisata dikarenakan para petugas dinilai lambat dalam bekerja, sehingga diharapkan kepada pihak pengelola taman wisata untuk memperhatikan kinerja para petugasnya sehingga para pengunjung dapat menikmati wisata dengan baik dan pada akhirnya diharapkan dapat lebih meningkatkan minat berkunjung di wisata tersebut.

3. Untuk Para Pembaca Selanjutnya

Semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan menjadi referensi serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran yang berhubungan dengan sosial media instagram dan word of mouth terhadap keputusan pembelian dalam suatu produk.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas untuk mengukur minat berkunjung sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat mengembangkan dan menambahkan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mengukur minat berkunjung pada Wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan.