

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan berikut bisa ditarik dari data yang dikumpulkan dan pengujian yang dilaksanakan terhadap pengaruh media sosial dan daya tarik terhadap Keputusan berkunjung dengan memakai minat berkunjung sebagai variabel mediasi:

1. Media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Media sosial tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Menara Pandang Teratai. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi media sosial belum cukup kuat mempengaruhi keputusan akhir pengunjung. Meskipun informasi tersebar luas, belum tentu mampu membuat wisatawan untuk berkunjung.
2. Daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Daya Tarik Menara Pandang Teratai memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Semakin menarik daya Tarik wisata yang dimiliki, maka semakin besar peluang seseorang untuk memutuskan untuk berkunjung. Aspek visual, fasilitas dan keunikan objek menjadi faktor penentu.
3. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Konten promosi dan informasi yang dibagikan melalui akun resmi Instagram dan Facebook Menara Pandang Teratai dapat menumbuhkan

ketertarikan calon pengunjung. Ini membuktikan bahwa media sosial efektif dalam membangun ketertarikan awal.

4. Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Daya tarik Menara Pandang Teratai terbukti meningkatkan minat berkunjung secara signifikan. Keunikan dan kenyamanan yang ditawarkan objek wisata menumbuhkan rasa ingin tahu dan ketertarikan. Wisatawan cenderung tertarik lebih dulu sebelum memutuskan berkunjung.
5. Minat berkunjung berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Semakin tinggi minat yang dimiliki seseorang, maka semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan yang kuat menjadi pendorong utama dalam pengambilan Keputusan wisata.
6. Minat berkunjung dapat memediasi pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung. Media sosial berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan berkunjung ke Menara Pandang Teratai melalui minat berkunjung sebagai variabel mediasi. Meskipun media sosial tidak langsung mendorong pengunjung untuk datang, informasi yang disampaikan melalui akun resmi Instagram dan Facebook mampu membangkitkan rasa ingin tahu dan ketertarikan terhadap destinasi tersebut. Ketika minat tersebut tumbuh, barulah muncul dorongan yang lebih kuat untuk mengambil keputusan berkunjung.
7. Minat berkunjung dapat memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Keunikan desain Menara Pandang Teratai, suasana sekitar, serta fasilitas pendukung yang menarik

membuat calon wisatawan tertarik lebih dulu. Minat yang terbentuk ini kemudian berkembang menjadi keinginan nyata untuk datang, yang akhirnya mempengaruhi keputusan seseorang untuk benar-benar mengunjungi destinasi wisata tersebut.

## **B. Saran**

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah diperoleh dan dijabarkan dalam bentuk analisis mendalam, peneliti memberikan saran diantaranya:

### **1. Bagi Wisata Menara Pandang Teratai**

Secara alami, faktor-faktor berikut wajib dipertimbangkan untuk tempat wisata Menara Pandang Teratai agar bisa secara konsisten mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah kunjungan baik oleh pengunjung domestik maupun mancanegara:

#### **a.) Variabel Media Sosial**

Saran mengenai variabel ini diantisipasi akan difokuskan pada wisata Menara Pandang Teratai dari aktivitas media sosial dengan meningkatkan intensitas promosi dengan cara membuat konten visual yang lebih menarik, membuat video singkat yang menampilkan tempat ataupun *event* yang sedang berlangsung, membuat video testimoni pengunjung atau bisa juga dengan mengadakan kolaborasi bersama *influencer* lokal melalui berbagai macam aplikasi misalnya aplikasi Tiktok karena sebagian besar masyarakat menggunakan aplikasi tersebut untuk mencari informasi baik berita, tempat wisata dan kuliner. Dengan

itu, akan banyak orang mungkin menyadari adanya wisata ini jika media sosial sering dipakai.

b.) Variabel Daya Tarik

Diantisipasi bahwa saran mengenai variabel ini akan fokus pada daya tarik wisata Menara Pandang Teratai seperti yang disajikan baik secara *online* maupun *offline*. Keputusan wisatawan untuk berkunjung sangat dipicu oleh objek wisata ini.

c.) Variabel Minat Berkunjung

Saran untuk variabel ini diantisipasi termasuk wisata Menara Pandang Teratai, dengan munculnya inovasi di lokasi wisata serta terus berinovasi melawan pariwisata dalam upaya menarik perhatian wisatawan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

- a. Diharapkan penelitian berikutnya bisa mengidentifikasi variabel yang tidak dipakai dalam penelitian ini, pengembangan instrumen, sampel, dan teknik analisis data dengan tujuan memakainya sebagai bahan penelitian yang lebih mendalam, sebab peneliti masih menyadari keterbatasan dalam penelitian yang dilaksanakan.
- b. Diantisipasi bahwa lebih banyak peneliti selanjutnya melaksanakan penelitian lanjutan dalam upaya mengamati perubahan perilaku responden.