

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari studi ini adalah untuk menentukan bagaimana minat berkunjung Walicung Park Paguyanga dipengaruhi oleh media sosial, daya tarik, persepsi harga, fasilitas, dan citra destinasi. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan tes yang dilakukan, minat wisatawan untuk mengunjungi Walicung Par Paguyangan dipengaruhi secara positif oleh pemasaran media sosial, minat mereka untuk mengunjungi dipengaruhi secara positif oleh daya tarik, dan minat mereka untuk mengunjungi tidak terpengaruh oleh persepsi harga, fasilitas yang terdapat di wisata tersebut berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan, serta citra destinasi menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan Walicung Park Paguyangan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengaruh *media sosial marketing*, daya tarik, persepsi harga, fasilitas, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung wisata Walicung Park Paguyangan, maka peneliti mengharapkan kepada pelaku usaha Walicung Park Paguyangan untuk senantiasa mempertahankan kualitas yang sudah berhasil dibangun dan selalu meningkatkan citra wisata agar menimbulkan kesan positif terhadap wisatawan. Selain itu, untuk penelitian berikutnya peneliti berharap untuk bisa menambahkan variabel lain di luar penelitian ini agar penelitian lebih

komprehensif dan bisa menggunakan metode penelitian lain untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian.