

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan jawaban, hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilaksanakan menlanda pengaruh sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata Desa Lembah Mbencirang, Data diproses dengan memakai aplikasi SPSS versi 24. Hasil analisis bisa disimpulkan yakni :

1. Setelah dilaksanakan penelitan didapatkan hasil kalau variabel Sosial media marketing (X1) , ekuitas merek (X2) dan Variabel citra destinasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) pada wisata Desa Lembah Mbencirang dengan nilai r-hitung lebih besar ketimbang r-tabel dan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05 yang menyatakan bahwa Ho dari pengujian tersebut ditolak dan Ha diterima, yang bisa diartikan hipotesis diterima atau terbukti dengan rincian masing-masing variabel yaitu :
 - a. Variabel sosial media marketing (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) dengan hasil signifikansi $0.000 < 0.05$.
 - b. Variabel ekuitas merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) dengan hasil signifikansi $0.000 < 0.05$.
 - c. Variabel citra destinasi tidak berpengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan berkunjung (Y) dan nilai signifikansi $0.906 > 0.05$. dimana signifikansi nya lebih besar dari 0.05.

Tapi di uji F disebutkan nilai signifikansi 0.000 jadi lebih kecil ketimbang 0.05. jadi bisa diartikan kalau secara bersama-sama variabel sosial media marketing (X1), variabel ekuitas merek (X2), dan variabel citra destinasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung (Y).

5.2 Saran

Beralaskan hasil akhir yang sudah digambarkan, bisa memberikan ide-ide yang dapat digunakan sebagai bahan pemikiran untuk perkumpulan yang bersangkutan. Yaitu wisata desa Lembah Mbencirang, yakni sebagai berikut :

1. Dari penelitian diperoleh bahwa sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi menjadi hal penting dalam keputusan berkunjung wisatawan ke wisata Desa Lembah Mbenciraang. Maka dari itu diharapkan supaya pihak Wisata Desa Lembah Mbencirang mempertahankan dan meningkatkan performa pada aspek yang mempengaruhi tersebut.
2. Sebaiknya pihak wisata Desa Lembah Mbencirang ikuti dan kerjakan administrasi tayangan hiburan virtual sehingga lebih mudah dijangkau wisatawan dan lebih tertarik untuk berkunjung. Dan selanjutnya mengikuti nilai merek dan gambaran objektif wisatawan. Dan juga menjaga ekuitas merek dan citra destinasi wisata Desa Lembah Mbencirang supaya wisatawan memiliki kepercayaan, kenyamanan dan ketertarikan untuk melakukan kunjungan kembali ke wisata Desa Lembah Mbencirang.