

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Social Media Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Lembah Pelangi.
2. Variabel citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Lembah Pelangi.
3. Variabel daya tarik secara parsial berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Lembah Pelangi.
4. Variabel social media marketing, citra destinasi, dan daya tarik secara simultan berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Lembah Pelangi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan diatas, berikut adalah saran yang dapat dilaksanakan oleh Wisata Lembah Pelangi yaitu:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya perlu dibangun komunikasi yang lebih baik melalui *Social Media Marketing* yang massif, sehingga Lembah Pelangi dapat semakin dikenal luas oleh publik dan mampu meningkatkan jumlah pengunjung. Penambahan daya tarik wisata menjadi yang sangat penting

diperbaharui, dengan menambahkan wahana yang memiliki ciri khas tersendiri dari Lembah pelangi dengan memanfaatkan alam.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan agar bisa meneliti variabel baru yang belum pernah diteliti sebelumnya dan diharapkan tiap hal yang telah dilakukan pada rangkaian pengujian bisa dijadikan acuan, perbandingan, dan tolak ukur bagi peneliti selanjutnya.