

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Di dasarkan pada hasil penelitiannya serta pembahasannya yang sudah diuraikan sebelumnya, berikut ini akan disimpulkan :

1. Tingkat kunjungan ke Funworld di Grand Mall Batam sangat dipengaruhi oleh interaksi media sosial. Nilai t hitung sebesar 2,114 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 dari t tabel, dan tingkat signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari 0,05.
2. Promosi memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap volume pengunjung Funworld yang terletak di Grand Mall Batam. Nilai t hitung sebesar 0,826 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 dari t tabel, dan tingkat signifikansi sebesar 0,411 lebih kecil dari 0,05.
3. Tingkat kunjungan Funworld di Grand Mall Batam sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen. Nilai t hitung sebesar 6,545 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,984 dari t tabel, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. Persepsi konsumen, media sosial, dan promosi memiliki dampak yang cukup besar terhadap jumlah kunjungan Funworld di Grand Mall Batam. Hasil F tabel yang diperoleh melalui perhitungan adalah $79,107 > F \text{ Tabel } 2,70$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Didasarkan dengan simpulan yang sudah diuraikan, dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Untuk Funworld salah satu saran untuk meningkatkan tingkat kunjungan perlu dipertimbangkan yaitu penyampaian informasi melalui media sosial yang lengkap, promosi yang maksimal, dan pengalaman yang baik saat berkunjung.
2. Dengan melakukan penelitian tambahan, peneliti dapat memperluas dan menambah rentang variabel di luar lingkup media sosial, promosi, dan persepsi konsumen, karena tingkat kunjungan dapat dipengaruhi oleh banyak aspek lainnya.
3. Untuk masyarakat pengunjung Funworld agar harus lebih teliti terhadap setiap keterangan yang di sampaikan di Media Sosia, Promosi, Dan Persepsi Konsumen yang di gunakan Funworld agar tidak menimbulkan kerugian.