

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan kajian maka beberapa kesimpulan yang bisa diutarakan yaitu :

1. Dari hasil uji regresi menghasilkan nilai signifikansi $0.000 < 0.51$ serta hasil uji T sebesar 15.548 lebih besar $>$ dari t table untuk 124 responden, yaitu *Digital Branding* memiliki pengaruh signifikan terhadap citra kota Batam sebagai kota pariwisata
2. Hasil Uji koefisiensi nilai *R Square* yaitu 0.665, yang menunjukkan 66,5% citra kota dapat dijelaskan dengan variabel *Digital Branding*, sedangkan 34,5% citra kota dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti.
3. Dari hasil uji regresi linier sederhana bahwa persamaan regresi $Y = 8,066 + 0,787 X$ ada pengaruh positif antara variabel *Digital Branding* (X) dan citra kota (Y).

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, maka bisa ditarik sarannya yaitu:

1. Pariwisata kota Batam telah berhasil memberikan aktivitas atau program wisata yang cukup berhasil, hal ini terbukti dengan tingkat pengenalan masyarakat terhadap pariwisata, maka hal ini perlu dipertahankan.
2. *Digital Branding* dapat dicapai dengan efektif jika media sosial sebagai sarana memperkenalkan pariwisata kota batam dapat digunakan dengan secara maksimal
3. Untuk penelitian mendatang disarankan agar menambah jumlah variabel lainnya, yang dapat dicari dari analisis faktor maupun dari teori yang sudah ada,
4. Bagi peneliti berikutnya juga diharapkan agar memperluas ruang lingkup wilayah penelitian serta lokasi penelitian sehingga hasil penelitian bisa diimplementasikan secara umum.