

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Golden Tulip, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Golden Tulip
2. *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Golden Tulip
3. *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Golden Tulip

5.2 Saran

Saran secara garis besar yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Hotel Golden Tulip, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menyarankan kepada pihak Hotel Golden Tulip untuk meningkatkan layanan yang dimiliki sehingga terbangun *Electronic Word Of Mouth* positif yang akan berdampak pada peningkatan minat berkunjung konsumen ke Hotel Golden Tulip
- b. Menyarankan kepada pihak Hotel Golden Tulip memperbaiki fasilitas yang ada sehingga membangun citra merek yang lebih baik yang akan berdampak pada peningkatan minat berkunjung konsumen ke Hotel Golden Tulip

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Minat Berkunjung pada Hotel Golden Tulip. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur dengan kepuasan dari konsumen Hotel Golden Tulip