

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan “Pengaruh Media Sosial Daya Tarik Harga Tiket dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Sanggar Beach Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
2. Daya Tarik sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
3. Harga tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
4. Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
5. Media sosial berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
6. Daya Tarik berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
7. Harga Tiket berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
8. Fasilitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen yang berkunjung di objek wisata Pantai Sanggar Beach
9. Keputusan Berkunjung Berpengaruh Terhadap kepuasan konsumen di Objek Wisata Sanggar beach
10. Media Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening
11. Daya Tarik Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

12. Harga Tiket Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening
13. Fasilitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi Pengelola Objek Wisata Pantai Sanggar Beach maupun bagi penelitian selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Pengelola Objek Wisata Pantai Sanggar Beach

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan pihak pengelola untuk memperhatikan dalam hal media sosial, daya tarik dan harga tiket berdasarkan data kuesioner yang didapat bahwa ketidakefektifan dalam memberikan informasi yang bermutu dalam pernyataan kolom media sosial pada pernyataan 4,5,6 bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka peneliti memberikan saran berupa untuk memperbaiki tata Bahasa dan topik informasi yang akan disajikan kepada masyarakat, daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung berdasarkan data kuesioner no urut 1,2,3,4,5 dikarenakan masyarakat tidak tertarik kepada objek wisata sanggar beach dikarenakan beberapa hal seperti tidak adanya merchandise di objek wisata tersebut dan view yang monoton sehingga masyarakat tidak puas, fasilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh, berdasarkan pernyataan yang terdapat pada no urut 1,2,3,4,5,6 bahwa wisatawan tidak puas terhadap fasilitas dan pelayanan di objek wisata sanggar beach kalianda. Maka saran dari peneliti untuk memperhatikan hal hal yang menjadi value dari objek wisata seperti daya tarik harus bisa dimanfaatkan sebaik mungkin dengan membuat wahana wisata baru dan fasilitas pelayanan yang ditenahi dan diperbaiki etika setiap staff dan karyawan

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi Penelitian selanjutnya guna pengembangan penelitian maka peneliti menyarankan untuk mendatang untuk melakukan analisis Pengaruh Media Sosial Daya Tarik Harga Tiket dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Sanggar Beach Dengan Kepuasan konsumen Sebagai Variabel Intervening