

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai variabel *Electronic Word of Mouth* (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y) di Puncak Mas Bandar Lampung. Maka ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung
2. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung.
3. *Electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dalam usaha meningkatkan *Electronic Word of Mouth*, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Pada indikator *Electronic Word of Mouth*, pernyataan yang memperoleh skor terendah ialah banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial tentang wisata Puncak Mas Bandar Lampung. Oleh karena itu pihak pengelola wisata Puncak Mas Bandar Lampung harus lebih memperbanyak dalam memposting ulasan – ulasan positif dari wisatawan yang pernah mengunjungi wisata Puncak Mas Bandar Lampung agar bisa menarik calon wisatawan untuk berkunjung ke wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

2. Pada indikator Daya Tarik Wisata, pernyataan yang memperoleh skor terendah ialah mudahnya akses transportasi menuju wisata Puncak Mas Bandar Lampung. Oleh karena itu pihak pengelola wisata perlu meningkatkan lagi akses sarana transportasi bagi wisatawan yang ingin berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung Bagi pengelola wisata Puncak Mas Bandar Lampung, kiranya semakin meningkatkan daya tarik wisata Puncak Mas yang beragam dan bervariasi agar dapat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Puncak Mas Bandar Lampung.