

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Promosi dan Sosial Media terhadap Minat Beli Wisatawan pada Masdi Tour and Travel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan pada Masdi tour and travel.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel sosial media berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan pada Masdi tour and travel.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan variabel sosial media secara keseluruhan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan pada Masdi tour and travel.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dari saran peneliti antara lain sebagai berikut:

1. Untuk variabel promosi pada Masdi tour and travel dengan menggunakan metode promosi pada sosial media pada *platform* Instagram dinilai dapat meningkatkan penjualan produk wisata pada Masdi tour and travel.
2. Untuk variabel sosial media pada Masdi tour and travel dengan menggunakan metode sosial media untuk menjadikan sebagai sarana promosi dinilai dapat meningkatkan kualitas konten lebih

bagus dan menarik serta dapat membuat pengikut/*followers* dari media instagram tour bertambah dan meningkat.

3. Untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat dijadikan rujukan untuk penelitian dengan topik yang sama, namun dengan menganalisis objek penelitian yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplor variabel penelitian yang digunakan seperti penambahan variabel yang akan diteliti diluar model penelitian ini ataupun sebaliknya. Sehingga terlihat hasil yang kemungkinan berada dengan penelitian ini.