

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji Pengaruh Digital Marketing dan E-WOM terhadap Minat Berkunjung ke Atlantis Land Surabaya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Digital Marketing memberikan kontribusi terhadap Minat Berkunjung ke Atlantis Land Surabaya. Semakin kreatif dan perbanyak konten video atraksi maupun ajakan semakin membuat Minat Berkunjung dari para calon pengunjung meningkat ke Atlantis Land Surabaya.
2. Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai T-Statistics yang membentuk pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Berkunjung adalah sebesar $3,893 > 1,96$ ditambah dengan nilai T-Statistics positif, sehingga dinyatakan variabel Digital Marketing berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa E-WOM memberikan kontribusi terhadap Minat Berkunjung. Memberikan pendapat dan ulasan di kolom komentar media sosial terutama Instagram terbukti berpengaruh dalam menarik Minat Berkunjung calon pengunjung Atlantis Land Surabaya.
4. Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai T-Statistics yang membentuk pengaruh E-WOM terhadap Minat Berkunjung adalah sebesar $6,814 > 1,96$

ditambah dengan nilai T-Statistics positif, sehingga dinyatakan E-WOM berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai unsur pengambilan keputusan, sebagai berikut:

1. Pada variabel Digital Marketing diharapkan peran yang lebih aktif lagi dari divisi marketing terkait memanfaatkan digital marketing, karena berdasarkan hasil penelitian digital marketing memiliki pengaruh untuk meningkatkan minat berkunjung Atlantis Land Surabaya.
2. Para pengelola diharapkan juga meningkatkan perhatian khusus akan pentingnya peran Electronic Word Of Mouth (E-WOM) di masyarakat, karena variable E-WOM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung..
3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memasukkan faktor variabel lain yang mempengaruhi Minat Berkunjung agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik dan dapat menjadi acuan peneliti lain.