

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan skripsi ini adalah secara keseluruhan, ketiga variabel *Intensity*, *Valence of Opinion*, dan *Content* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. *Valence of Opinion* muncul sebagai kontributor utama, menekankan pentingnya opini dan ulasan dari wisatawan dalam menarik lebih banyak pengunjung. Namun, *Intensity* dan *Content* juga memberikan kontribusi yang signifikan, menunjukkan bahwa frekuensi pembicaraan dan kualitas informasi yang disampaikan tentang daya tarik wisata tersebut sama-sama penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Dengan demikian, pengelola Wisata Jalan Tunjungan Surabaya perlu fokus pada meningkatkan intensitas pembicaraan, memastikan adanya ulasan yang positif, dan menyampaikan informasi yang menarik dan relevan mengenai daya tarik wisata mereka. Strategi ini, jika diimplementasikan dengan baik, akan meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan jumlah pengunjung ke destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel *Intensity*, *Valence of Opinion*, dan *Content* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Wisata Jalan Tunjungan Surabaya. Di antara ketiga variabel tersebut, *Valence of Opinion* memiliki pengaruh paling dominan, menunjukkan bahwa ulasan positif dari wisatawan sebelumnya sangat penting dalam menarik minat wisatawan lain. Oleh karena itu, pengelola Wisata Jalan

Tunjungan harus fokus pada pengelolaan ulasan positif, meningkatkan frekuensi pembicaraan, dan menyediakan konten yang berkualitas untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Implementasi strategi-strategi ini akan mendukung pertumbuhan jumlah pengunjung dan memperkuat posisi Wisata Jalan Tunjungan sebagai destinasi wisata yang menarik.

5.2 Saran

Pengelola Wisata Jalan Tunjungan Surabaya harus berkonsentrasi pada beberapa strategi penting untuk menarik lebih banyak pengunjung:

1. Menggalakkan kampanye media sosial dan kolaborasi dengan *influencer* untuk memastikan Wisata Jalan Tunjungan sering disebutkan dalam berbagai *platform*.
2. Mendorong pengunjung yang puas untuk meninggalkan ulasan positif dan merespons secara cepat serta efektif ulasan negatif untuk menjaga reputasi.
3. Menyediakan konten berkualitas tinggi yang informatif dan menarik, serta mudah diakses oleh calon pengunjung.
4. Memanfaatkan *platform* media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan calon pengunjung, termasuk melalui iklan berbayar dan konten organik yang menarik.
5. Dengan pemahaman tentang pengaruh variabel tersebut terhadap minat kunjungan, disarankan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang terarah untuk meningkatkan eksposur positif terhadap daya tarik wisata tersebut di

platform media sosial dan memperkuat pengaruh variabel yang telah diidentifikasi.

Saran yang dapat diusulkan peneliti untuk peneliti berikutnya adalah meskipun temuan menunjukkan pengaruh variabel yang signifikan, masih ada sebagian besar variasi dalam Keputusan Berkunjung yang belum dijelaskan oleh variabel yang diteliti. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi Keputusan Berkunjung di daya tarik wisata tertentu. Melalui penerapan saran-saran ini, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan minat kunjungan ke daya tarik wisata yang bersangkutan serta memperkuat citra positifnya di kalangan pengguna media sosial.