BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *viral marketing* terhadap Minat berkunjung, maka diperoleh beberapa kesimpulan di bawah ini.

1. *Electronic Word Of Mouth* dan *viral marketing* terhadap Minat berkunjung memiliki krieria setuju berdasarkan hasil dan jawaban responden.
2. *Electronic Word Of Mouth* memiliki hubungan terhadap variabel *viral marketing* secara signifikan.
3. *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung secara signifikan.
4. *Viral marketing* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung secara signifikan.
5. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari *Electronic Word Of Mouth* dan *viral marketing* terhadap Minat berkunjung.

5.2 Saran

1. Bagi pengelola wisata alam Green Canyon Kabupaten Karawang

   Diharapkan pihak pengelola wisata alam Green Canyon Kabupaten Karawang dapat meningkatkan pentingnya pemasaran dalam memberikan informasi melalui media sosial terutama *Instagram*. Adanya pemberian informasi dapat menjadi salah satu pemicu terbentuknya Interaksi antar konsumen atau dapat disebut juga komunikasi *Electronic Word of Mouth.*

   Pengelola diharapkan juga meningkatkan perhatian khusus akan pentingnya peran *Electronic Word Of Mouth,* karena variabel *Electronic Word of Mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung, diantaranya yaitu dengan mengapresiasi *review* yang diberikan orang lain mengenai wisata alam Green Canyon Kabupaten

Karawang di Instagram. Apresiasi tersebut dapat berupa *repost* ulang ataupun *reward* khusus dari perusahaan atau pengelo destinasi wisata. Hal tersebut sangat diperlukan karena sumber informasi berasal dari *review/tag* yang diberikan oleh orang lain juga dapat mempengaruhi calon pengunjung sebelum memutuskan berkunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankanuntuk selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini lebih luas dan mendalam, menggunakan Peneliti populasi yang lebih luas, serta hasil yang dapat di generalisasikan secara mendalam.Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain terkait pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *viral marketing* terhadap Minat berkunjung.

UBP
KARAWANG