

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini menentukan pengaruh media online, *city branding*, dan *city image* terhadap pilihan kunjungan wisatawan ke Makam Sunan Kalijaga Demak. Dalam penelitian ini, responden yang digunakan adalah 97 wisatawan yang berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga Demak. Dari perincian masalah yang diwakili, pemeriksaan data yang telah selesai menyerupai pembahasan yang telah diungkap pada segmen sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *social media* merupakan variabel yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan keputusan berkunjung wisatawan ke Makam Sunan Kalijaga Demak. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung $-0,532$ lebih kecil dari pada t tabel $1,986$ dan nilai signifikan $0,596$ yang berada diatas $0,05$. Jadi hipotesis ditolak
2. Variabel *city branding* merupakan variabel yang berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Makam Sunan Kalijaga Demak. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung $2,314$ lebih besar dari pada t tabel $1,986$ dan nilai signifikan $0,023$ yang berada dibawah $0,05$. Jadi hipotesis diterima.
3. Variabel *city image* merupakan variabel yang berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Makam Sunan Kalijaga Demak. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung $2,751$ lebih besar dari pada t tabel $1,986$ dan nilai signifikan $0,007$ yang berada dibawah $0,05$. Jadi hipotesis diterima.
4. Variabel *social media*, *city branding*, dan *city image* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan sunan kalijaga demak. Hal tersebut menunjukkan hasil bahwa f hitung $7,817$ lebih besar dari pada f tabel $2,70$ dan nilai signifikannya $0,000$ berada dibawah $0,05$. Jadi hipotesis diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun peneliti telah melakukan penelitian ini serta bisa diharapkan, masih ada kendala dalam penyusunan skripsi

ini. Sesuai hasil dari penelitian, sebagian dari batasan penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya diarahkan pada satu tempat wisata di kota Demak dan konsentrasi ini hanya membedakan faktor media online, *city branding*, *city image* dan pilihan wisatawan untuk dikunjungi.
2. Jumlah sampel pada konsentrat ini sebelumnya memenuhi standar, namun akan lebih baik apabila jumlah sampel ditambah lagi.
3. Responden dalam penelitian ini masih terbatas pada wisatawan terdekat. Dipercaya bahwa penelitian lebih lanjut dapat diperluas ke wisatawan asing.

C. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian "Keputusan berkunjung wisatawan ditinjau dari *social media*, *city branding*, dan *city image* (studi kasus pada Makam Sunan Kalijaga Demak)" maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Kota Demak

Dengan adanya *social media* yang digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dapat berguna untuk meningkatkan *city branding* kota Demak agar terus disebarluaskan kepada masyarakat luas untuk memahami arti penting kota Demak. Demikian pula, pemerintah daerah terdekat juga harus lebih mengembangkan citra kota Demak agar lebih dapat memberikan gambaran yang layak tentang kota Demak dalam kepribadian masyarakat umum dan wisatawan.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dari penelitian yang dilakukan selanjutnya. Dan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dengan menggunakan variabel yang berbeda namun masih berkaitan dengan *city branding*. Karena masih ada 82,4% variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung, yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

D. Penutup

Alhamdulillah, penulis skripsi ini ingin mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sejak awal karya skripsi hingga beberapa waktu yang lalu peneliti diberi kesempatan untuk

menyelesaikan skripsi yang diberi nama “Keputusan Berkunjung Wisatawan: Ditinjau Dari Media Sosial, *City Branding* dan *City Image* (Studi Kasus pada Makam Sunan Kalijaga, Demak)”. Peneliti yakin penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dirinya dan pembacanya. untuk mengerjakan skripsi ini. Dengan segala pertimbangan, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama penyusunan skripsi ini. Kesempurnaan hanya di sisi Allah SWT dan kekurangan milik hamba-Nya

