

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berlandaskan temuan ini, mampu dibagikan simpulan Instagram Marketing memainkan peran yang signifikan melalui memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Wisata Alam Mangrove Angke. Pengaruh ini terbukti melalui beragam pengujian statistik mencakup pengujian linier sederhana dan pengujian t, di mana seluruh dimensi yang dipengujikan dari variabel Instagram Marketing mendapatkan penilaian baik hingga begitu baik. Pernyataan "Instagram ialah alat yang efektif guna proses promosi Taman Wisata Alam Mangrove Angke" mendapatkan dukungan yang kuat melalui skor tertinggi dan persentase yang tinggi dari responden. Hal ini menampilkan konten dan informasi yang disajikan melalui akun Instagram @twa_mangrove mempunyai dampak positif melalui menarik minat wisatawan. Meskipun demikian, temuan pengujian koefisien determinasi menampilkan meskipun pengaruhnya signifikan, variabel-variabel lainnya di luar Instagram Marketing juga mempunyai partisipasi melalui keputusan wisatawan guna melaksanakan kunjungan tempat itu. Hal ini mengindikasikan aspek lain mencakup kualitas pelayanan dan fasilitas juga penting melalui pengalaman keseluruhan yang dirasakan wisatawan. Melalui keseluruhan, minat berkunjung wisatawan pada Taman Wisata Alam Mangrove Angke tetap tinggi meskipun ada beberapa masalah yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu, guna memaksimalkan pengaruh Instagram Marketing, konten yang diunggah harus terus diperbarui, akurat, dan relevan agar tetap menarik bagi wisatawan potensial.

5.2 Implikasi

1. Peningkatan Pemakaian Instagram Marketing: Temuan menampilkan Instagram Marketing efektif melalui memengaruhi keputusan wisatawan guna melaksanakan kunjungan Taman Wisata Alam Mangrove Angke. Ini mendorong pentingnya guna terus mengoptimalkan pemakaian platform ini selaku alat promosi yang efektif. Konten-konten yang diunggah harus terus diperbarui,

relevan, dan menarik agar mampu memaksimalkan potensi pengaruhnya pada minat dan keputusan wisatawan.

2. Fokus pada Interaktivitas dan Responsivitas: Penting guna memperhatikan interaktivitas melalui akun Instagram mencakup kolom komentar yang aktif. Respons pada komentar dan interaksi melalui pengikut mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dan mendukung proses promosi yang lebih efektif.
3. Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas: Meskipun minat berkunjung tetap tinggi, ada perlu guna meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas di Taman Wisata Alam Mangrove Angke. Hal ini penting guna memastikan pengalaman wisatawan selaras melalui harapan mereka dan mampu meningkatkan taraf kepuasan beserta keinginan guna kembali berkunjung.
4. Pengembangan Strategi Promosi yang Holistik: Meskipun Instagram Marketing mempunyai pengaruh yang signifikan, penelitian juga menampilkan adanya aspek-aspek lainnya di luar variabel yang dikaji yang memengaruhi keputusan berkunjung. Oleh sebab itu, pemakaian strategi promosi yang holistik yang melibatkan beragam saluran komunikasi dan interaksi melalui wisatawan potensial mampu lebih efektif melalui berjumlah tujuan promosi dan pengembangan destinasi wisata.

Melalui mempertimbangkan implikasi ini, pihak terkait mampu mengambil langkah-langkah guna meningkatkan pemakaian Instagram Marketing, meningkatkan kualitas pelayanan, dan mengembangkan strategi promosi yang lebih terintegrasi guna memaksimalkan potensi Taman Wisata Alam Mangrove Angke selaku tujuan wisata yang menarik.

5.3 Rekomendasi

Temuan mampu memperkaya literatur tentang manajemen destinasi wisata, khususnya melalui konteks pengembangan *instagram marketing* pada pengaruh keputusan berkunjung wisatawan. Temuan ini mampu dijadikan landasan melalui penelitian lebih lanjut tentang pengembangan destinasi wisata alam dan ekowisata.

- a) Bagi Peneliti:
- 1) Eksplorasi variabel lainnya : Peneliti dinantikan mampu mengeksplorasi variabel lainnya yang mungkin memengaruhi keputusan berkunjung, mencakup jenis konten, demografi audiens, ataupun faktor psikologis dan sosial
 - 2) Pemakaian Metode Penelitian yang Beragam: Peneliti mampu memakai metode penelitian beragam, mencakup wawancara menmelalui ataupun studi kasus, guna melengkapi data kuantitatif yang ada.
 - 3) Peningkatan Metodologi Penelitian: Memperbaiki metodologi penelitian melalui mempertimbangkan faktor-faktor eskternal yang mungkin memengaruhi temuan , mencakup tren media sosisal yang berubah.
- b) Bagi Program Studi:
- 1) Integrasi Materi melalui Kurikulum: Program studi dapat mengintegrasikan materi tentang *instagram marketing* dan media sosial melalui kurikulum pemasaran pariwisata
 - 2) Peningkatan Pelatihan guna Dosen dan Mahasiswa: Mengadakan pelatihan dan workshop bagi dosen dan mahasiswa perihal startegi dan teknik *instagram marketing* yang efektif.
 - 3) Penelitian dan Pengembangan: Program studi mampu mendorong mahasiswa guna melaksanakan penelitian lebih lanjut perihal topik terkait *instagram marketing* dan pengaruhnya pada industri pariwisata.
- c) Bagi Pengelola Destinasi Taman Wisata Alam Mangrove Angke:
- 1) Optimalisasi Strategi *Instagram Marketing*: Pengelola destinasi disarankan guna mengoptimalkan strategi *instagram marketing* melalui fokus pada kualitas konten dan interaksi aktif melalui pengikut.
 - 2) Peningkatan Kolaborasi melalui *Influencer*: Mengembangkan kerjasama melalui *influencer* yang relevan guna mempromosikan Taman Wisata Alam Mangrove Angke.
 - 3) Monitoring dan Evaluasi Rutin: Melaksanakan monitoring dan evaluasi rutin pada efektivitas kampanye *Instagram marketing*.

d) Bagi Pemerintah:

- 1) Dukungan pada Inovasi Pemasaran Destinasi: Pemerintah dinantikan membagikan dukungan guna inovasi melalui pemasaran destinasi wisata, termasuk pemanfaatan media sosial mencakup instagram.
- 2) Pengembangan Infrastruktur dan Aksesibilitas: Meningkatkan infrastruktur dan aksesibilitas ke destinasi wisata guna mendukung peningkatan kunjungan yang ditemuangkan dari strategi pemasaran digital
- 3) Promosi Pariwisata yang Terintegrasi: Mendorong promosi pariwisata yang terintegrasi media sosial, kampanye digital, dan promosi tradisional.