

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas informasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Pelangi Kota Bandung melalui media sosial Instagram. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta wawancara dengan pihak pengelola destinasi sebagai data sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa :

1. Penilaian responden mengenai kredibilitas sumber dan kualitas informasi terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung berada pada kategori tinggi. Kredibilitas sumber dengan kepercayaan dan daya tarik sebagai aspek dominan, sementara keahlian memiliki kontribusi lebih rendah. Kualitas informasi secara keseluruhan tergolong tinggi, ditopang oleh relevansi dan akurasi, tetapi aspek ketepatan waktu dan kelengkapan informasi masih perlu diperkuat. Keputusan berkunjung audiens menunjukkan intensi positif yang kuat melalui dimensi keinginan dan rencana berkunjung, namun keterlibatan dalam bentuk rekomendasi kepada orang lain dan penetapan Kampung Pelangi sebagai prioritas destinasi masih relatif rendah.
2. Kredibilitas sumber di Instagram terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung. Artinya, semakin tinggi kredibilitas sumber, semakin besar pula kemungkinan wisatawan memutuskan untuk berkunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi audiens terhadap tingkat kepercayaan dan integritas penyampai informasi menjadi determinan penting dalam mendorong intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi.
3. Kualitas informasi yang disampaikan melalui media sosial Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung. Artinya, kualitas informasi yang relevan, akurat, lengkap, dan

tepat waktu belum mampu memberikan pengaruh langsung yang nyata terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung.

4. Kredibilitas sumber dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung. Artinya, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu memberikan pengaruh nyata terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pengelola Kampung Pelangi Kota Bandung.

1. Pengelola destinasi disarankan untuk menekankan peningkatan aspek keahlian penyampai pesan, mengingat audiens digital cenderung menilai kredibilitas melalui kombinasi kemampuan teknis dan cara penyampaian yang meyakinkan. Perbaikan kelengkapan dan ketepatan waktu informasi menjadi krusial, karena meskipun pengguna Instagram lebih cepat terpengaruh oleh kesan visual dan daya tarik konten, informasi yang lengkap dan diperbarui secara rutin tetap memperkuat persepsi kredibilitas dan memudahkan pengambilan keputusan wisata.
2. Kolaborasi dengan *content creator* atau *influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi, baik dari sisi keahlian, kepercayaan, maupun daya tarik, menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan minat kunjungan, karena *influencer* dapat memaksimalkan *engagement* audiens melalui interaksi yang persuasif dan personal.
3. Pengelola disarankan untuk melengkapi informasi terkait fasilitas, harga, aksesibilitas, dan aktivitas wisata, serta memastikan konten selalu diperbarui, sejalan dengan dinamika algoritma platform digital yang menekankan aktualitas dan keterlibatan pengguna.
4. Strategi komunikasi digital harus mengintegrasikan kredibilitas sumber dan kualitas informasi, sehingga keputusan berkunjung didukung oleh kepercayaan serta informasi yang lengkap, akurat, dan tepat waktu, sehingga promosi digital efektif mendorong tindakan nyata wisatawan