

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ke Bandung Zoological Garden, maka didapatkan kesimpulan sebaagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan persepsi *electronic word of mouth* Bandung Zoological Garden berada di kategori yang tinggi. Keseluruhan konten e-WOM yang dibagikan oleh Bandung Zoological Garden dinilai membantu pengakses internet lain untuk mengetahui informasi tentang Bandung Zoological Garden. Berdasarkan dari hasil yang diperoleh, responden percaya dengan komentar positif yang ada di media sosial terkait kondisi lapangan BZG.
2. Penelitian terhadap variabel minat berkunjung mendapatkan nilai dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa minat pengakses internet untuk mengunjungi Bandung Zoological Garden cukup tinggi. Dari hasil yang diperoleh, pengguna internet ingin berkunjung ke BZG dengan mengajak kerabat terdekat dan juga merekomendasikan BZG kepada kerabat setelah melihat informasi yang didapatkan pada laman media sosial BZG.
3. Terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ke Bandung Zoological Garden dengan nilai persentase sebesar 71% yang artinya tinggi. Sedangkan 29% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti aksesibilitas, tarif, dan fasilitas penunjang lainnya.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan, penulis memiliki saran bagi Bandung Zoological Garden juga saran bagi penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Agar dapat meningkatkan kepercayaan pengakses internet, Bandung Zoological Garden harus bisa lebih beradaptasi lagi dengan konten-konten di media sosial. Terutama yang berhubungan langsung dengan pengakses internet lainnya

seperti lebih aktif dalam berinteraksi pada kolom komentar media sosial BZG dan tidak hanya terfokus pada satu media sosial agar dapat jauh dikenal oleh berbagai kalangan dari berbagai media sosial.

2. Bandung Zoological Garden seharusnya bisa meningkatkan lagi loyalitas kepada pengunjung yang datang dengan cara meningkatkan fasilitas yang baik, pelayanan yang baik, dan aksesibilitas yang memadai. Dengan adanya informasi yang diberikan untuk membangun kepuasan pengunjung sehingga pengunjung akan lebih memilih untuk mengunjungi BZG dibandingkan dengan datang ke kebun binatang atau atraksi wisata lainnya.
3. Penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan dikarenakan hanya melakukan penelitian pada e-WOM dengan dimensi yang terbatas yaitu *intensity*, *valence of opinion*, dan *content* yang memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Bandung Zoological Garden. Maka dari itu penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan dimensi lain yang tidak terdapat pada penelitian ini seperti aksesibilitas, tarif dan fasilitas penunjang lainnya.