

BAB V

PENUTUP

Pada bab-bab sebelumnya, telah dijelaskan terkait data dan hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan informasi Aplikasi Lunpia dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke Kota Semarang. Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang diperoleh dari penjelasan mengenai isi dari bab-bab sebelumnya. Selain itu, juga terdapat saran yang diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Peneliti memiliki harapan kedepannya penelitian dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian berikutnya.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, terdapat hipotesis 1 bahwa terpaan informasi Aplikasi Lunpia terhadap minat berkunjung tidak terdapat pengaruh. Didapatkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh, yaitu sebesar 0.103. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05 dimana uji hipotesis ditolak. Menurut jurnal pariwisata, Vol 9 No 1 April 2022 terdapat beberapa faktor eksternal lainnya yang menyebabkan minat berkunjung wisatawan, yaitu daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan ekonomi Sehingga temuan penelitian tersebut tidak selaras dengan teori determinasi teknologi.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, terdapat hipotesis 2 yaitu adanya pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung ke Kota Semarang. Didapatkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh, yaitu sebesar 0.001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan

terdapat pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung ke Kota Semarang. Hasil uji hipotesis diatas sesuai dengan *Reasoned Action Theory* oleh Martin Fishbein yang mengasumsikan bahwa citra terhadap merek yang positif dapat mengiring calon konsumen kepada perubahan sikap dan perilaku individu.

3. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, yaitu H1 diterima dan H2 ditolak, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berkunjung ke Kota Semarang dapat dipengaruhi oleh citra destinasi namun tidak dengan Aplikasi Lunpia. Jika citra destinasi Kota Semarang baik maka minat berkunjung akan naik juga. Aplikasi Lunpia dapat bermanfaat ketika masyarakat telah mengunjungi Kota Semarang dan membutuhkan Aplikasi Lunpia sebagai informasi pariwisata mereka.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki saran yang diharapkan bisa menjadi pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya.

Pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan terpaan informasi aplikais wisata, hendaknya dapat dilakukan dengan melihat faktor-faktor eksternal lainnya. Karena selain aplikasi wisata, media informasi dan promosi yang digunakan untuk meningkatkan minat berkunjung ke Kota Semarang. Pemerintah setempat bisa menggunakan cara penyebaran informasi melalui media yang memberikan kesan bahwa Kota Semarang sebagai kota destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Meningkatkan kualitas tempat wisata dan

mengedepankan kemudahan serta kenyamanan wisatawan ketika berada di Kota Semarang juga menjadi salah satu bentuk promosi, karena nantinya wisatawan yang sudah berkunjung akan membagikan pengalamannya kepada orang yang belum pernah berkunjung untuk merekomendasikan tempat wisata di Kota Semarang yang mudah, aman, dan nyaman.