

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil deskripsi dan analisa data serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Dari 90 sampel yang digunakan didapat hampir 45% peminat pengaruh sosial media Instagram terhadap media promosi pariwisata, yang berarti sosial media Instagram cukup efektif digunakan sebagai media promosi pariwisata saat ini.

Penggunaan sosial media instagram sangat efektif dalam menarik minat wisatawan, bahwa dapat ditemukan bahwa minat terhadap penggunaan sosial media dapat menarik minat wisatawan sebesar 75% dengan jumlah responden sebanyak 90 orang.

Terdapat hubungan yang positif signifikan antara pengaruh sosial media instagram dengan minat wisatawan di kota Yogyakarta. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh menggunakan sosial media dapat berpengaruh terhadap meningkatnya minat wisatawan di kota Yogyakarta, hal ini diperoleh dari banyaknya wisatawan yang menggunakan sosial media instagram dan juga dalam penjualan jasanya PT.BKS juga melakukan penjualan jasanya melalui sosial media instagram.

## B. Saran

Untuk saran melalui sosial media instagram sudah baik, namun lebih baik sering melakukan postingan foto testi lebih banyak agar dapat mempengaruhi kastamer lebih banyak lagi.

Untuk paket-paket yang ditawarkan sudah baik, namun menurut pengamatan penulis, masih kurang dapat paketan untuk yang di luar kota Yogyakarta, seandainya saja ada paketan yang diluar pulau jawa untuk paket privatnya.

Pembagian tugas dalam divisi dalam lembaga ini sudah baik, namun terkadang staff marketing sering kewalahan karena kekurangan staff yang memadai untuk melaksanakan pekerjaan yang lumayan banyak. *Staff* marketing sebaiknya ditambah agar lebih dapat merata dalam pekerjaannya.