

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Pembelian Paket Tour di Bayu Buana Tour and Travel dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di Bayu Buana Tour and Travel. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya promosi yang dilakukan perusahaan telah berhasil menarik minat konsumen.
2. Selain itu, media sosial juga terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian. Platform media sosial telah menjadi saluran yang efektif untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan memberikan informasi yang relevan mengenai produk wisata.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan media sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata di Bayu Buana Tour and Travel. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dan bekerja secara sinergis untuk meningkatkan penjualan.
4. Perbandingan antara pengaruh promosi dan media sosial menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak yang lebih kuat terhadap keputusan pembelian. Meskipun promosi juga berperan penting, namun pengaruh media sosial jauh lebih dominan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat ini lebih cenderung mencari informasi dan membuat keputusan pembelian melalui platform media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang didapat, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Bayu Buana Tour and Travel lebih fokus pada optimalisasi penggunaan media sosial. Dengan meningkatkan frekuensi posting, memanfaatkan fitur-fitur menarik, dan berkolaborasi dengan

influencer, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan engagement. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja media sosial guna mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan peluang baru yang dapat dimanfaatkan. Dengan demikian, Bayu Buana Tour and Travel dapat memanfaatkan potensi besar media sosial dalam mendorong penjualan paket tour.

2. Untuk memaksimalkan efektivitas pemasaran, penting bagi Bayu Buana Tour and Travel untuk mengintegrasikan strategi promosi konvensional dengan media sosial. Dengan menyelaraskan pesan promosi di berbagai saluran, perusahaan dapat memperkuat brand image dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan penawaran khusus dapat meningkatkan jangkauan dan menarik minat calon pelanggan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata selain promosi dan media sosial. Beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan antara lain adalah harga, kualitas layanan, rekomendasi dari teman atau keluarga, serta persepsi konsumen terhadap merek. Selain itu, penelitian juga dapat fokus pada segmentasi pasar yang lebih spesifik untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen. Dengan melakukan penelitian yang lebih mendalam, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen dalam memilih paket wisata, sehingga dapat dikembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tertarget.