

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi dan pemasaran Inessya resort pada masa adaptasi kebiasaan baru di Gunungkidul Yogyakarta permasalahan yang muncul dalam promosi dan pemasaran di Inessya resort adalah media promosi dan pemasaran belum dikemas dengan menarik dan masih tergolong sederhana. Model promosi dan pemasaran di Inessya resort berbasis sosial media melalui akun *instagram* pribadi Inessya resort dan jaringan *website* pribadi. Strategi promosi melalui *website e-tourism* dan memanfaatkan situs jejaring sosial media yang populer digunakan untuk perkembangan industri seperti *Facebook, Instagram, Youtube*. Pengembangan strategi dan pemasaran kedepan untuk Inessya resort dalam masa adaptasi kebiasaan baru dapat menggunakan pemanfaatan *digital marketing* di industri seperti situs jejaring sosial media seperti *Facebook, Instagram, Youtube* karena sangat berperan dalam meningkatkan promosi dan pemasaran Inessya resort pada generasi *millennial* dan generasi *Z*. Pemanfaatan *digital marketing* pada masa adaptasi kebiasaan baru kedepannya dapat memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan pariwisata dengan sistem yang dirancang secara otomatis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Promosi dan Pemasaran Inessya resort Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru di Gunungkidul Yogyakarta, peneliti memberikan saran :

1. Penelitian ini perlu dilanjutkan dengan meneliti tentang pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Inessya resort.
2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengembangan potensi Inessya resort berbasis pariwisata berkelanjutan.