

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan pada bab IV, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *city branding* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis pertama (H1) yang diajukan diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa “*brand*” Kota Payakumbuh sebagai Kota Rendang atau “*The City of Randang*” sudah mampu mempengaruhi *revisit intention* atau niat kunjungan kembali wisatawan. Diharapkan untuk kedepannya, Pemerintah Kota Payakumbuh dapat meningkatkan dan membangun *brand* sebagai Kota Rendang agar menarik wisatawan yang berkunjung.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *city image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis kedua (H2) yang diajukan ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *city image* atau ciri khas Kota Payakumbuh belum melekat dalam pikiran wisatawan yang berkunjung. Sehingga, tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* atau niat kunjungan kembali ke Kota Payakumbuh dimasa yang akan datang. Hal ini dapat menjadi tugas dan pertimbangan bagi Pemerintah Kota Payakumbuh untuk memperbaiki citra Kota Payakumbuh bagi wisatawan yang berkunjung. Dengan

adanya citra yang baik yang ada di Kota Payakumbuh maka dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *food quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis ketiga (H3) yang diajukan ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food quality* atau kualitas makanan yang ada di Kota Payakumbuh belum dapat memuaskan keinginan wisatawan terhadap kuliner dari segi kualitas makanan ketika berkunjung ke Kota Payakumbuh. Kualitas makanan menjadi faktor penting bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke Kota Payakumbuh. Diharapkan untuk kedepannya, Pemerintah Kota Payakumbuh dan pengusaha kuliner harus bekerjasama untuk lebih memperhatikan kualitas makanan agar lebih baik dan diminati oleh wisatawan. Karena, jika wisatawan sangat puas terhadap kualitas makanan yang disajikan, akan menimbulkan *revisit intention* atau niat untuk berkunjung kembali di masa akan datang.
4. Hasil analisis menunjukkan *memorable culinary tourism experiences* (MCTEs) berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini berarti bahwa Hipotesis keempat (H4) yang diajukan diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *memorable culinary tourism experiences* (MCTEs) mampu menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke Kota Payakumbuh. Untuk selanjutnya, Pemerintah Kota Payakumbuh dan pengusaha kuliner dapat

menciptakan pengalaman kuliner yang menarik dan mudah diingat bagi wisatawan. Hal ini bertujuan ketika wisatawan mencicipi kuliner di Kota Payakumbuh akan menjadi sebuah pengalaman yang tidak terlupakan dan akan berniat untuk berkunjung kembali ke Kota Payakumbuh di masa akan datang.

## **5.2 Implikasi Penelitian**

*Branding* Kota Payakumbuh sebagai “Kota Rendang” atau “*The City of Rendang*” telah melekat dibenak wisatawan yang berkunjung ke Kota Payakumbuh. Selain itu, wisatawan yang berkunjung dapat menikmati wisata alam maupun kuliner yang ada di Kota Payakumbuh. Di Kota Payakumbuh juga terdapat berbagai jenis kuliner tradisional seperti Batiah dan makanan tradisional lainnya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Payakumbuh.

Oleh karena itu, pemerintah Kota Payakumbuh dan masyarakat harus dapat melakukan evaluasi dan menyusun kembali strategi baru agar setiap wisatawan yang berkunjung ke Kota Payakumbuh mempunyai pengalaman wisata yang unik dan juga wisata kuliner yang tidak terlupakan. Selain itu, Pemerintah Kota Payakumbuh harus mampu mengelola serta menjaga objek wisata yang ada seperti menjaga kebersihan dan ketersediaan lahan parkir bagi pengunjung yang datang dengan tujuan agar pengunjung tersebut merasa aman dan nyaman ketika berada di Kota Payakumbuh. Karena, ketika wisatawan aman dan nyaman di Kota Payakumbuh akan memberikan hal positif dan pada akhirnya akan mengunjungi kembali tempat tersebut.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam metode penelitian ini dan mungkin ada beberapa aspek yang dapat lebih diperhatikan oleh peneliti selanjutnya dalam penelitiannya karena pasti terdapat kelemahan dalam penelitian ini yang perlu diperbaiki dan dapat ditingkatkan pada studi selanjutnya. Beberapa kelemahan dari penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian berfokus pada Kota Payakumbuh
2. Penelitian ini terbatas pada variabel *city branding*, *city image*, *food quality*, *memorable culinary tourism experiences* (MCTEs) dan *revisit intention* dalam kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Payakumbuh.
3. Dalam hal pengumpulan data, informasi yang diberikan oleh responden dengan menggunakan Kuisisioner seringkali tidak membuktikan kebenaran pendapat responden. Hal ini terkadang disebabkan adanya perbandingan sudut pandang, asumsi dan penjelasan yang berbeda dari masing-masing responden serta aspek lain seperti kejujuran dalam memberikan jawaban atas pertanyaan dari kuisisioner.

### 5.4 Saran Penelitian

Bersumber dari riset yang sudah dijalani, terdapat anjuran yang bisa diajukan yaitu :

1. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel lebih banyak, melakukan penelitian lanjutan dan menambahkan

variabel lainnya yang dapat mempengaruhi dalam penelitian ini. Sehingga, kedepannya diharapkan dapat terlihat perbedaan antar variabel serta perbedaan pengaruh dari variabel yang diteliti dengan objek dan karakteristik penelitian yang berbeda.

## 2. Bagi Pemerintah Kota Payakumbuh

Diharapkan Pemerintah Kota Payakumbuh terus berupaya untuk memperkenalkan *Brand* yang telah melekat pada Kota Payakumbuh yaitu sebagai Kota Rendang atau “*The City of Rendang*”. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan baik lokal, nasional dan internasional agar berkunjung ke Kota Payakumbuh. Selain itu, Pemerintah Kota Payakumbuh harus dapat meningkatkan kualitas pariwisatanya baik dari segi objek wisata dan wisata kulinernya serta meningkatkan *image* kota dan kulinernya dengan cara menyediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung keberlangsungan wisatawan yang berkunjung ke Kota Payakumbuh. Jika hal tersebut berjalan dengan baik, maka dapat dipastikan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kota Payakumbuh. Terakhir, diharapkan Kota Payakumbuh dapat menjadi kota wisata yang mampu mewujudkan Sapta Pesona Wisata Pariwisata yaitu Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, dan Kenangan. Dengan terlaksananya hal tersebut, mampu menjadikan Kota Payakumbuh sebagai pilihan destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan nusantara maupun internasional.