

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

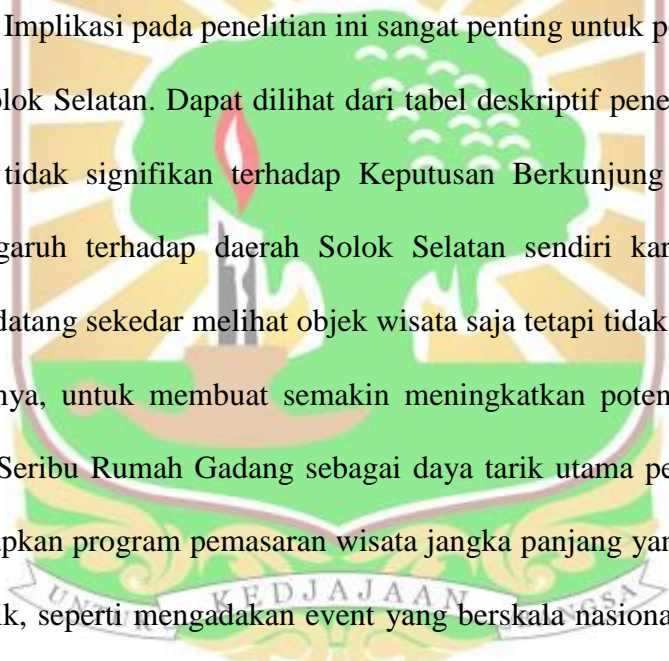
Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada wisatawan yang telah berkunjung ke daerah Kab.Solok Selatan sebanyak 150 Responden. Penelitian ini diolah dengan menggunakan microsoft Excel dan SPSS versi 17.0. kesimpulan setelah melakukan analisis dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. *City Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kab.Solok Selatan, hal ini disebabkan karena adanya ciri khas dari Solok Selatan yaitu Seribu Rumah Gadang dan alam yang indah untuk menarik wisatawan berkunjung menikmati suasana alam yang dan ciri khas dari Kab.Solok Selatan sehingga mempengaruhi keputusan berkunjungnya wisatawan.

2. *City Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kab.Solok Selatan, karena wisatwan yang datang tidak terlalu memperhatikan atau belum mempertimbangkkn citra dari kota maupun daerah yang mereka tuju akan tetapi lebih melihat *Brand* sebuah kota tersebut.

3. *City Branding* dan *City Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kab.Solok Selatan karena memiliki daya tarik untuk menarik wisatawan untuk berkunjung menikmati suasana yang di suguhkan oleh daerah Solok Selatan sendiri sehingga memberikan pengaruh yang besar bagi wisatawan sehingga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan tersebut.

## 5.2 Implikasi Penelitian



Implikasi pada penelitian ini sangat penting untuk pengelola daerah Kab.Solok Selatan. Dapat dilihat dari tabel deskriptif penelitian pada *City Image* tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung hal ini sangat berpengaruh terhadap daerah Solok Selatan sendiri karena wisatawan hanya datang sekedar melihat objek wisata saja tetapi tidak melihat potensi daerahnya, untuk membuat semakin meningkatkan potensi wilayah dan *brand* Seribu Rumah Gadang sebagai daya tarik utama pemerintah harus menyiapkan program pemasaran wisata jangka panjang yang lebih matang dan baik, seperti mengadakan event yang berskala nasional dan didukung oleh promosi yang intensif terutama untuk menarik turis nasional. Event yang dilakukan seperti penampilan budaya, festival kuliner khas daerah maupun mengadakan perlombaan olahraga lainnya. agar mengoptimalkan *City Branding* dan *City Image* harus membuat promosi di media sosial memberikan informasi yang baik menampilkan objek wisata yang ada di Solok Selatan. .mempromosikannya semenarik mungkin

menjelaskan apa keunikan dan apa daya tarik dari Solok Selatan, memperbaiki fasilitas hingga mempromosikan bagaimana fasilitas umum yang ada untuk membuat kenyamanan wisatawan sehingga terciptanya suatu kesan yang baik kepada para pengunjung dan meningkatkan kunjungan ke daerah Solok Selatan. Dilihat dari penelitian ini pengelola harus lebih optimal dalam pembangunan jalan maupun fasilitas seperti penambahan atraksi dikawasan objek wisata yang membuat para wisatawan untuk datang berkunjung. Didalam suatu daerah memiliki banyak potensi wisata yang beragam dan hampir tidak mungkin dikemas menjadi satu, sehingga harus memilih potensi wisata yang memiliki daya tarik yang kuat maupun unik dari wisata tersebut sehingga meningkatkan jumlah kunjungan ke daerah Solok Selatan. Untuk melakukan promosi hendaknya tidak sama ketika melakukan promosi untuk masih dalam wilayah Sumatera Barat maka harus di lakukan promosi tentang objek wisata yang menarik seperti alam ataupun seperti kebun teh yang berhadapan langsung dengan gunung ataupun seperti goa batu kapal yang memiliki ruang-ruangan di dalamnya dengan langit-langit yang berwarna warni.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki keterbatasan. Oleh sebab itu keterbatasan ini harap di ketahui

oleh peneliti yang sama dimasa yang akan datang, keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain :

1. Waktu yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian ini dimulai dari tanggal 5 maret – 2 april 2020.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen seperti *City Branding* dan *City Image* sehingga tidak mengetahui faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan berkunjung seperti kualitas layanan maupun motivasinya wisatawan yang mengunjungi Solok Selatan.

#### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel bebas lainnya yang selain *City Branding* maupun *City Image* yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Kab.Solok Selatan, seperti motivasi berkunjung atau kualitas layanannya.

2. Diharapkan untuk pengelola wisata di daerah Solok Selatan membuat pemetaan potensi produk wisata pada kawasan objek wisata, penambahan atraksi, penambahan fasilitas, melakukan event-event, dan perbaiki sarana akses dan transportasi. Dengan memperbaiki sarana dan prasarana di destinasi wisata maka akan

membangun *Image* yang positif yang akan menciptakan peningkatan *City Image* Kab.Solok Selatan.

