

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi media sosial tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena ada factor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Kota Pariaman. Variabel promosi media sosial tidak berpengaruh kepada keputusan berkunjung ke Kota Pariaman. Hal ini berarti promosi media sosial tidak menjadi faktor penentu utama pada keputusan berkunjung ke Kota Pariaman.
2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *city branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kota Pariaman. Semakin ditingkatkan upaya untuk membangun *city branding* maka akan mampu meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Kota Pariaman.
3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel food image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kota Pariaman. Hal ini berarti bahwa semakin ditingkatkan upaya untuk meningkatkan citra makanan tradisional di Kota Pariaman maka akan mampu meningkatkan keputusan berkunjung ke Kota Pariaman.

1.2 Implikasi Penelitian

Implikasi pada penelitian ini sangat penting untuk pengelolaan daerah Kota Pariaman. Dapat dilihat dari tabel deskriptif penelitian pada Promosi Media Sosial tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung hal ini sangat berpengaruh terhadap daerah Kota Pariaman sendiri karena wisatawan harus mengetahui melalui media sosial, untuk membuat semakin meningkat potensi daerah dan *brand The Sunset City of Indonesia* dan *The City of Tabuik* dan makanan khas Sala Lauak sebagai daya Tarik utama Pemerintah harus menyiapkan program pemasaran wisata jangka Panjang yang lebih matang dan baik, seperti mengadakan event yang berskala nasional didukung oleh promosi yang intensif terutama untuk turis nasional. Event yang dilakukan seperti penampilan budaya, festival kuliner khas daerah maupun mengadakan perlombaan olahraga lainnya. Agar mengoptimalkan *Promosi Media Sosial, City Branding, dan Food Image*.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke Kota Pariaman selain menikmati wisata pantai dan pulauanya juga menikmati event tahunan yaitu Tabuik, dan juga menikmati makanan khas Kota Pariaman yaitu sala lauak. Untuk meningkatkan kunjungan ke Kota Pariaman pemerintah Kota Pariaman harus gencar melakukan Promosi pada media sosial agar meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman agar bisa menambah pemasukan pada masyarakat yang ada di Kota Pariaman selain itu juga menambah pemasukan daerah. Selain itu pengelola café atau tempat makan juga lebih gencar dalam mempromosikan tempat mereka agar

wisatawan atau pengunjung yang berkunjung ke Kota Pariaman juga bisa mengetahui tempat makan atau café yang ada di Kota Pariaman.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain

1. Penelitian ini hanya mengkaji tiga variabel saja yaitu promosi media sosial, *city branding*, dan *food image*
2. Penelitian ini hanya mengkaji tentang keputusan berkunjung ke Kota Pariaman dengan jumlah responden 165

1.4 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan agar berguna untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lainnya yang selain Promosi Media Sosial, *City Branding*, maupun *City Image* terhadap keputusan berkunjung ke Kota Pariaman, seperti Kualitas layanan atau motivasi berkunjung.
2. Diharapkan pemerintahan Kota Pariaman lebih gencar dalam melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, facebook,

you tube, agar para pengunjung lebih mengetahui tempat wisata yang ada di Kota Pariaman

3. Diharapkan pengelola cafe/tempat makan juga gencar melakukan promosi tempat mereka agar lebih diketahui oleh para pengunjung yang ingin melakukan wisata kuliner.

