

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path* analisis, antara *destination branding* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Garut, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan wisatawan yang berkunjung terhadap pelaksanaan *destination branding* di Kabupaten Garut yang terdiri dari *culture*, *history*, dan *nature* mendapatkan respon yang baik. Pelaksanaan sub variabel dari *destination branding* sudah dilaksanakan dengan cukup baik, terbukti dengan tanggapan wisatawan terhadap *destination branding* yang berada pada posisi cukup tinggi pada garis kontinu. Pelaksanaan pada sub variabel *nature* menduduki posisi pertama memiliki tanggapan yang paling besar, hal ini dikarenakan Kabupaten Garut mempunyai wisata alam yang beragam sehingga menarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Posisi kedua di duduki oleh sub variabel *history* dan yang terakhir oleh sub variabel *culture*.
2. Tanggapan wisatawan terhadap keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pilihan saluran distribusi, dan penentuan waktu kunjungan secara umum mendapatkan tanggapan yang baik dari wisatawan. Kontribusi paling tinggi dari keputusan berkunjung wisatawan adalah pemilihan merek hal ini dikarenakan pemilihan merek merupakan hal terpenting dalam pengambilan keputusan. Pemilihan merek merupakan hal

yang pertama yang terdapat dibenak wisatawan sebelum melakukan keputusan berkunjung. Kontribusi paling rendah yaitu Pemilihan Saluran Distribusi.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *destination branding* yang terdiri dari *culture*, *history*, dan *nature* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Garut. Sub variabel *nature* memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung di kabupaten Garut.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh pelaksanaan *destination branding* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Garut, yaitu:

1. *Destination Branding* merupakan salah satu strategi dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan keputusan berkunjung wisatawan. Dalam sebuah perusahaan khususnya destinasi pariwisata strategi pemasaran yang beragam merupakan hal terpenting. Berdasarkan penelitian ini, diketahui bahwa pada sub variabel *culture* mendapatkan tanggapan yang tidak baik, oleh karena itu sebagai solusi diharapkan perusahaan atau pemerintah lebih mempertahankan dan menjaga budaya yang sudah ada dan dimiliki oleh Kabupaten Garut. Agar wisatawan yang datang tidak hanya tertarik oleh wisata alam dan wisata sejarah saja tetapi juga wisata budaya

- yang dimiliki oleh Kabupaten Garut seperti adat istiadat, kehidupan masyarakat.
2. Persepsi wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisatawan mendapatkan respon yang rendah, maka harus lebih ditingkatkan kembali keputusan berkunjung wisatawan dalam jangka panjang dengan mengetahui kebutuhan setiap wisatawan yang berbeda-beda dan berkembang dalam tiap tahunnya. Terdapat beberapa faktor wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung diantaranya adalah pemilihan produk, pemilihan merek, pilihan saluran distribusi, dan penentuan waktu kunjungan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemilihan saluran mendapatkan tanggapan terendah oleh karena itu sebagai solusi maka pemerintah maupun pengelola harus menyediakan alat transportasi dan aksesibilitas yang lebih baik agar dapat memudahkan wisatawan untuk berkunjung.
 3. Berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa *destination branding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Garut. Oleh karena itu penulis merekomendasikan agar Pemerintah maupun Pengelola atraksi wisata di Kabupaten terus melakukan dan mengkomunikasikan strategi *destination branding* dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.
 4. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai strategi pemasaran yang dilakukan destinasi pariwisata, loyalitas wisatawan yang berkunjung, perilaku wisatawan, selain itu peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang dapat memberikan program maupun strategi

yang dilakukan pihak Pemerintah maupun Pengelola untuk dapat bersaing dengan destinasi-destinasi pariwisata yang berada di Jawa Barat agar dapat meningkatkan keputusan berkunjung dan meningkatkan pelayanan serta fasilitas-fasilitasnya agar wisatawan yang berkunjung tidak hanya bertambah namun melakukan pengulangan untuk berkunjung ke Kabupaten Garut.