

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Analisis data statistik menghasilkan variabel *city branding* berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan dengan nilai $16,025 > t$ tabel 1,984 serta nilai p values $< 0,05$. Oleh karena itu maka, semakin baik *city branding* maka semakin tinggi tingkat keputusan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumedang. Penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya adalah faktor keberadaan Kabupaten Sumedang yang belum diketahui secara lebih luas oleh seluruh masyarakat Indonesia, serta faktor kedua adalah potensi Kabupaten Sumedang yang belum dilihat secara mendalam.

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat implikasi yang ditemukan, yaitu pemerintahan daerah Kabupaten Sumedang harus meningkatkan promosi dan edukasi kepada masyarakat agar meningkatnya keputusan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumedang, sehingga dapat mewujudkan pembangunan kepariwisataan yang dapat menjadi penggerak perekonomian daerah Kabupaten Sumedang.

5.3 Rekomendasi

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak serta mengambil sampel dari wisatawan asing. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Sumedang atau DISPARBUDPORA Kabupaten Sumedang, disarankan agar dapat memberikan edukasi kepada masyarakat lokal mengenai pariwisata khususnya wisata ke kabupaten sumedang, memperbaiki akses menuju destinasi wisata, dan memperbaiki fasilitas Kota.