

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan kajian pustaka yang berupa uraian teori-teori berkenaan dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, serta pengujian dengan menganalisis data kuesioner dari responden yang dilakukan untuk mengetahui gambaran serta pengaruh dari *event marketing* terhadap *city branding* Kota Bandung sebagai kota kuliner, maka didapatkan kesimpulan hasil penelitian secara deskriptif dan verifikatif sebagai berikut :

1. Deskripsi *event marketing* di Kota Bandung menurut tanggapan responden wisatawan yang mengunjungi *event* kuliner tersebut secara umum berada pada tingkat yang cukup baik dengan demikian pelaksanaan *event* kuliner di Kota Bandung mendapatkan kesan yang cukup baik dari para wisatawan yang mengunjunginya, sedangkan dengan penilaian yang terdiri dari sub variabel *product, price, place, public relations, dan positioning* diperoleh hasil bahwa penilaian tertinggi ada pada *product* dan penilaian terendah ada pada *positioning* . Hal tersebut menunjukkan daya tarik tema *event* dan hiburan yang ditampilkan dalam *product event* yang diselenggarakan penyelenggaraan *event* tersebut sudah dirasakan sangat baik oleh wisatawan yang mengunjungi *event* kuliner tersebut, sedangkan *positioning* dari penyelenggaraan *event* tersebut masih perlu perhatian khusus terutama dalam strategi pemasaran agar beda dari *event* yang lain dan menciptakan keunikan tersendiri sehingga banyak masyarakat yang mengunjungi.
2. Deskripsi dari *city branding* Kota Bandung sebagai kota kuliner menurut tanggapan responden wisatawan yang mengunjungi *event* kuliner di Kota Bandung secara umum berada pada tingkat yang tinggi dengan demikian penilaian responden terhadap *city branding* Kota Bandung sebagai Kota Kuliner sangat baik dan diterima oleh masyarakat, sedangkan dengan

penilaian yang terdiri dari sub variabel *presense, people, place, potential, pulse, dan The Prerequisites* diperoleh hasil bahwa penilaian tertinggi ada pada *pulse* dan penilaian terendah ada pada sub variabel *The Prerequisites*. Hal tersebut didasarkan pada indikator dari *pulse* yaitu daya tarik sebuah tempat wisata maupun objek wisata yang sangat digemari untuk dikunjungi oleh para wisatawan dikarenakan kebanyakan responden mengunjungi Kota Bandung pada dasarnya senang menikmati keindahan bangunan tua serta perpaduan jalanan khas Eropa yang terletak di Jalan utama Kota Bandung untuk dijadikan tempat jalan-jalan dan berwisata, sehingga masyarakat sangat antusias mengunjungi pelaksanaan event kuliner yang di Kota Bandung dilaksanakan terutama disekitar bangunan tua yang ada di Kota Bandung.

3. Pelaksanaan *Event marketing* di Kota Bandung sangat berpengaruh terhadap *city branding* Kota Bandung sebagai kota kuliner, dengan demikian kota Bandung dalam membangun *city branding* sebagai sebagai salah satu kota kuliner di Indonesia akan diterima dengan sangat baik oleh persepsi masyarakat khususnya wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung melalui penyelenggaraan *event* kuliner yang diselenggarakan di Kota Bandung, dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *event* kuliner dapat sangat berpengaruh terhadap *city branding* Kota Bandung sebagai kota kuliner.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diperolehnya temuan berkenaan dengan penelitian yang dilakukan, maka terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap responden pengunjung *event* kuliner budaya di Kota Bandung pada variabel *event* sub variabel *positioning* memiliki skor penilaian terendah dibandingkan sub variabel lainnya, sehingga sub variabel *positioning* seperti strategi dalam memasarkan *event* dan menciptakan keunikan tersendiri didalam *event* agar *event* tersebut beda

dengan *event* lainnya sehingga masyarakat ingin tahu dan selalu mengunjunginya.

2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengunjung *event* kuliner di Kota Bandung pada variabel *city branding* sub variabel *The Prerequisites* seperti fasilitas publik yang disediakan oleh Pemerintah Kota Bandung kurang mendukung dalam pelaksanaan *event* kuliner, terutama fasilitas parkir yang disediakan pada saat *event* berlangsung sangat berpengaruh pada kenyamanan para wisatawan dalam mengunjungi *event* tersebut, sehingga Pemerintah Kota Bandung sebaiknya berkerjasama dengan pihak kepolisian untuk mengantisipasi kemacetan yang terjadi pada saat *event* berlangsung dan Pemerintah Kota Bandung harus mempersiapkan fasilitas parkir yang memadai dan nyaman bagi para pengunjung yang terletak tidak jauh dengan tempat pelaksanaan *event* kuliner.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *event* kuliner dapat mempengaruhi *city branding* Purwakarta sebagai kota kuliner pada persepsi masyarakat, sehingga hal tersebut dapat dijadikan cara efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap *city branding* Kota Bandung sebagai kota kuliner . Oleh sebab itu sebaiknya *event* kuliner tersebut agar dipertahankan bahkan ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya seperti menyelenggarakan *event – event* serupa lainnya yang diselenggarakan di Kota Bandung.
4. Penelitian yang telah dilakukan ini bersifat terbatas baik pada waktu dan objek penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan bagi peneliti berikutnya untuk mengkaji lebih luas lagi objek penelitian yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan pariwisata, strategi harga dan paket wisata yang ditawarkan (*tourism packaging*).