

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah *event* gastronomi di Kota Bandung sudah merupakan wisata gastronomi ideal dan memiliki kualitas *event* yang baik, kemudian apakah wisata gastronomi dan kualitas *event* berpengaruh terhadap preferensi wisatawan. Peneliti telah menyelesaikan penelitian ini dan memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 20 *event* yang peneliti temukan, hanya terdapat 5 *event* gastronomi yang menyajikan makanan tradisional/lokal Bandung. Kelima *event* tersebut adalah Festival Keuken, Festival Waroeng Kaget, Pasar Buhun, Rempug Jukung, dan Festival Club Scary Walk Culinary (Festival Aci). Hanya terdapat 4 hingga 7 aspek wisata gastronomi yang terdapat dalam *event* gastronomi, untuk itu *event* gastronomi di Kota Bandung belum menjadi wisata gastronomi yang ideal
2. *Event* gastronomi di Kota Bandung belum memiliki semua elemen kualitas *event* yang baik. Ada beberapa *event* yang belum memiliki keunikan tersendiri, keasilan/kekhasan budaya, kualitas yang memadai, pendaftaran pengunjung, tidak memiliki tema/memiliki tema tetapi tidak atraktif, dan memiliki simbol/logo *event*, sehingga dapat disimpulkan *event* gastronomi di Kota Bandung belum memiliki kualitas *event* yang baik.
3. Hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap kelima *event* gastronomi di Kota Bandung terdapat 83% pengunjung yang pernah berkunjung ke *event* tersebut dan selebihnya pernah berkunjung ke *event* gastronomi lainnya seperti Gamasta, Food Festival Trans Studio Mall Bandung 2019, Festival Pasar Baso Bandung, Foodtastic, Pucuk Coolinary Festival, West Java Festival, Sugation, BIFHEX, Exotic, Pasar Malam ITB, Kick Fest, Festival Baso Taman Kiara Artha, Food Fest Bandung, Festival Jajanan Bandung, Culinary Night, Food Festival Asia Afrika, Localicus Kota Baru Parahyangan, Festival Jajanan Bango, Festival Kopi Gedung Sate, Festival Kraft Kuliner, Top Up Culinary, dan Urflavor market.
4. Dari hasil analisis deskripsi variabel, diperoleh hasil dari variabel preferensi

Anatahlia Winatian, 2020

PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP EVENT GASTRONOMI DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wisatawan, bahwa setelah berkunjung ke *event* gastronomi di Kota Bandung, pengunjung cenderung ingin menjadi *decider* dan *influencer*

5. Hasil uji parsial wisata gastronomi terhadap preferensi wisatawan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan. Artinya wisata gastronomi berpengaruh terhadap preferensi wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek wisata gastronomi memberi hal positif terhadap preferensi wisatawan sehingga semakin banyak aspek wisata gastronomi yang disajikan dalam *event* gastronomi semakin tinggi pula pengetahuan yang diperoleh dari para wisatawan dan meningkatkan preferensi dari seseorang.
6. Secara parsial kualitas *event* menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi wisatawan, yang artinya kualitas *event* berpengaruh terhadap preferensi wisatawan. Hal ini menunjukkan kualitas *event* yang baik meningkatkan hal positif pada preferensi wisatawan. Kualitas *event* yang semakin berkembang, meningkat, dan diperbaharui oleh sebuah *event* akan meningkatkan preferensi dari seseorang.
7. Wisata gastronomi dan kualitas *event* bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisata gastronomi dan kualitas *event* dapat meningkatkan preferensi seseorang terhadap *event* gastronomi yang ada di Kota Bandung.
8. Penelitian ini juga bermanfaat bagi para penyelenggara *event* dalam merancang sebuah *event* gastronomi di kemudian hari.
9. Diakibatkan karena pandemi covid-19, peneliti terkendala dan memiliki keterbatasan mencari dan memperoleh data sehingga kebanyakan data diperoleh melalui internet.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti akan menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, *event-event* gastronomi di Kota Bandung yang menyajikan makanan tradisional/lokal Bandung memiliki persentase yang rendah dibandingkan *event* yang menyajikan makanan modern atau masa kini. Untuk kedepannya peneliti berharap sudah banyak *event-event* gastronomi di Kota Bandung yang menyajikan makanan tradisional/lokal

Bandung sehingga memberi hal yang berbeda dan menarik bagi para wisatawan dengan keunikan tersendiri.

2. Setiap *event* gastronomi di Kota Bandung sebaiknya dapat menampilkan dan menyajikan keseluruhan dari 9 aspek wisata gastronomi dengan menarik dan unik kepada pengunjung, sehingga dapat mengedukasikan wisatawan dan masyarakat akan makanan tradisional. Bagaimana awal mula makanan itu muncul hingga makanan dapat disajikan menjadi sebuah hidangan dan juga dapat memberi pengetahuan kepada kaum milenial akan makanan tradisional sehingga tidak akan punah.
3. Jika makanan tradisional diinovasikan untuk menarik para pengunjung, sebaiknya tidak menghilangkan rasa asli atau bahan utama dari makanan tradisional yang disajikan.
4. Sebaiknya setiap *event* gastronomi masih menggunakan peralatan memasak yang tradisional maupun peralatan penyajian tradisional, sehingga menarik bagi wisatawan dan memperoleh wawasan akan hal tersebut.
5. Kualitas dari setiap *event* gastronomi harus terus ditingkatkan dan diperbaharui lebih baik lagi sehingga pengunjung dapat memperoleh suasana yang menggembirakan, merasa betah, dan memperoleh hal baru dari keunikan yang diselenggarakan *event* tersebut.
6. Sebaiknya setiap *event* gastronomi memunculkan kekhasan/keaslian budaya untuk diperkenalkan kepada wisatawan yang berkunjung ke *event* gastronomi di Kota Bandung.
7. Rata-rata *event* gastronomi di Kota Bandung tidak melakukan pendaftaran bagi para wisatawan yang berkunjung ke *event* gastronomi di Kota Bandung. Sebaiknya setiap *event* melakukan pendaftaran pengunjung agar memperoleh *database* dari para pengunjung yang bermanfaat untuk para penyelenggara *event*, yang dapat digunakan untuk memperoleh hasil evaluasi dari *event* yang telah diselenggarakan sebelumnya.
8. Sebaiknya setiap *event* gastronomi memiliki logo atau simbol, sehingga *event* tersebut dapat lebih mudah diingat oleh para wisatawan yang pernah berkunjung ke *event* gastronomi di Kota Bandung.
9. *Event* gastronomi harus lebih dipromosikan melalui media sosial Instagram

karena kebanyakan pengunjung menggunakan media sosial Instagram.

10. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama, peneliti berharap jika ingin menggunakan variabel yang ada dalam penelitian ini, sebaiknya lebih dikembangkan dan digali lagi agar memperoleh hasil yang lebih maksimal.