

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pengkajian teori, hasil penelitian dan pengujian regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh produk wisata untuk meningkatkan *Brand Image*, telah diperoleh gambaran strategi produk wisata yang dilakukan pantai Anyer secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari wisatawan dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Pelaksanaan strategi produk wisata meliputi atraksi, amenitas dan aksesibilitas yang dilakukan pantai Anyer dalam upaya meningkatkan *Brand Image* berjalan baik sehingga memberikan nilai positif bagi objek tersebut, dari gambaran responden tersebut terdapat penilaian dari aksesibilitas pantai Anyer dinilai baik oleh wisatawan hal ini bisa dirasakan melalui mudahnya akses menuju ke pantai Anyer yang dirasakan melalui suatu penilaian yang berupa kemudahan akses yang di tawarkan oleh pihak pantai Anyer terhadap kenyamanan wisatawan saat berada di pantai Anyer, sedangkan penilayan terendah yaitu pada amenitas karena amenitas/fasilitas yang ditawarkan pantai Anyer kurang begitu terkelola, dan juga tidak begitu lengkap fasilitas yang ditawarkan oleh pantai Anyer.
2. Gambaran wisatawan mengenai *Brand Image* di pantai Anyer secara umum adalah baik yang meliputi kualitas, variasi, dan juga keunikan dapat membuat wisatawan tertarik untuk datang ke pantai Anyer,

dari ketiga hal tersebut kualitas dari pantai Anyer menunjukkan suatu penilaian yang baik dibandingkan dengan variasi dan keunikan, sedangkan keunikan merupakan penilaian yang rendah ini diakibatkan keunikan di pantai Anyer sendiri tidak begitu unik dibandingkan dengan objek wisata lain di Banten.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa produk wisata berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Image* di Pantai Anyer. Dimana secara keseluruhan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh melalui analisis regresi lebih besar di bandingkan  $t_{tabel}$ , artinya semakin baik produk wisata yang ditawarkan maka akan mempengaruhi *Brand Image* di pantai Anyer. Dari ketiga variabel produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. aksesibilitas merupakan variabel yang memberikan kontribusi paling besar dalam mempengaruhi *Brand Image*.

## 5.2 REKOMENDASI

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Strategi produk wisata yang dijalankan pantai Anyer secara keseluruhan berjalan cukup baik, terutama dari variabel aksesibilitas, aksesibilitas yang memberikan kontribusi paling besar terhadap *Brand Image*, akan tetapi amenitas memberikan pengaruh yang rendah di pantai Anyer untuk itu harus segera dibenahi dan diperbaiki agar wisatawan yang datang ke pantai Anyer apa yang mereka lihat sesuai dengan apa yang mereka

rasakan, karena program amenities terlihat bahwa hampir semua wisatawan yang datang membutuhkan amenities/fasilitas dari suatu daya tarik wisata tersebut salah satu cara agar amenities itu tinggi adalah dengan memperbaiki dari segi keberagaman amenities/fasilitas yang ditawarkan kelayakan amenities yang ditawarkan dan lain-lain, yang dilakukan pantai Anyer agar wisatawan merasa nyaman serta mau datang kembali ke pantai Anyer.

2. Tanggapan terhadap *Brand Image*, penilaian skor terendah terdapat pada indikator keunikan. Hal ini perlu adanya sesuatu tindakan yang dilakukan oleh pengelola pantai Anyer untuk lebih memperbaiki sarana prasarana serta fasilitas penunjang. Selain itu juga dengan mengadakannya acara-acara yang dapat meningkatkan wisatawan.
3. peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, selain itu dari hasil penelitian terdapat faktor lain yang ditunjukkan oleh variabel epsilon yang tidak diteliti dalam penelitian ini, oleh karena itu peneliti berharap akan adanya penelitian lanjutan untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam hal meningkatkan *Brand Image* di Pantai Anyer, disarankan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan *Service*, promosi, dan pengembangan industry

pariwisata khususnya industry Destinasi Objek dan Daya tarik  
Wisata.

