

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. (H<sub>1</sub>) menyatakan pengaruh *city branding* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *city branding* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Perlu adanya stimulus yang dapat mendorong minat seseorang untuk melakukan kunjungan, seperti dengan adanya promosi diberbagai media.
2. (H<sub>2</sub>) menyatakan pengaruh *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh besar dari kelebihan yang dimiliki oleh Kota Blitar sehingga menciptakan kesan yang positif di benak wisatawan sehingga memutuskan untuk melakukan kunjungan di Makam Bung Karno Blitar.
3. (H<sub>3</sub>) menyatakan pengaruh *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Hasil dari penelitian

ini menunjukkan bahwa *city branding* dan *brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Hal ini dikarenakan untuk mempengaruhi keputusan wisatawan melakukan kunjungan diperlukan adanya *city branding* dan *brand image* yang sesuai dengan kondisi yang memang dimiliki oleh suatu kota seperti keunikan yang membedakan dengan destinasi lain, keramahan masyarakat sekitar, kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman sehingga dapat menarik minat seseorang untuk melakukan kunjungan di suatu destinasi wisata, sehingga secara simultan terdapat pengaruh dari variabel *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar.

## **B. Saran**

### **1. Bagi pemerintah setempat**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa masih rendahnya pengaruh *city branding* terhadap kunjungan wisatawan. Hal ini mengidentifikasi bahwa *city branding* kurang memberikan dampak yang baik terhadap kunjungan wisatawan di Kota Blitar khususnya di Makam Bung Karno Blitar. Oleh karena itu, sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah setempat mengenai *city branding* Blitar ini harus lebih digencarkan melalui berbagai media promosi supaya pengetahuan masyarakat mengenai *branding* Kota Blitar ini lebih luas yang pada akhirnya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

## 2. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para akademisi, bahwa faktor *city branding* dan *brand image* diperlukan untuk memberikan dorongan agar keputusan berkunjung wisatawan dapat meningkat.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang mendatang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.