

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah City Branding (X1), dan Event Pariwisata (X2) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Minat Kunjungan Wisata (Y) di Miyako Island atau Miyakojima, Okinawa, Jepang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari penelitian yang telah diuraikan, disimpulkan bahwa variable city branding (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisata (Y) di Miyakojima atau Miyako Island. Hal ini juga dijelaskan dalam hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 4,325 yang mana lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661 dan signifikansi sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05 atau menandakan signifikansi statistic. Hal ini menunjukkan bahwa cakupan *precence, potential, place, people, pulse, dan prerequisite* yang di rencanakan ataupun dijalankan suatu kota dalam membentuk branding kota tersebut, apabila dijalankan atau dilakukan dengan baik dapat meningkatkan minat kunjungan wisata pada kota tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan lagi minat kunjungan wisata, akan lebih baik jika branding kota tersebut dapat dibuat dengan lebih kuat lagi.
2. Dari penelitian yang telah diuraikan, disimpulkan bahwa variable event pariwisata (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisata (Y) di Miyakojima atau Miyako Island. Hal ini juga dijelaskan dalam hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 7,113 yang mana lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661 dan signifikansi sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05 atau menandakan signifikansi statistic. Hal ini menunjukkan bahwa sarana dan prasarana yang mumpuni, strategi promosi yang menarik, serta pelaksanaan event itu sendiri dapat meningkatkan minat kunjungan wisata pada Miyakojima atau Miyako

Island. Oleh karena itu, untuk meningkatkan lagi minat kunjungan wisata, akan lebih baik jika pemerintahan terkait dapat memaksimalkan atau meningkat lagi promosi-promosi, sarana dan prasana yang ada, serta kualitas event yang akan diadakan dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung atau wisatawan sehingga dapat menjadi *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan.

3. Dari penelitian yang telah diuraikan, diketahui bahwa variable event pariwisata (X2) memiliki dampak paling signifikan terhadap variable minat kunjung wisata (Y) di Miyakojima. Hal ini dapat diketahui dari hasil pengujian hipotesis yang menghasilkan nilai sebesar 7,113. Maka dari itu fasilitas termasuk diantaranya sarana dan prasarana, terlebih event itu sendiri memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung baik dari segi diri sendiri, harapan atau keinginan, serta daya tarik yang memukau. Oleh karena itu, dalam meningkatkan angka kunjungan, ada baiknya pemerintah mengembangkan event menjadi salah satu dari pariwisata berkelanjutan, selain dari pada destinasi wisata.
4. Dari penelitian yang telah diuraikan, ditemukan bahwa variable city branding (X1), dan variable event pariwisata (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisata (Y) di Miyakojima atau Miyako Island. Hal ini juga dijelaskan dalam hasil pengujian hipotesis menggunakan uji f, dimana diperoleh nilai f hitung sebesar 87,484 yang mana lebih besar dari nilai t tabel sebesar 3,089 dan signifikansi sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05 atau menandakan signifikansi statistic. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisata Miyakojima dipengaruhi oleh city branding dan event pariwisatanya selain dari destinasi wisata. Motivasi yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi Miyakojima adalah daya tarik *weather* dan *culture* unik yang ditawarkannya. tentu saja semua itu saling berhubungan erat dengan branding kota dan event budaya yang ditawarkannya. Maka dari itu, untung mengembangkan lagi pariwisata yang terdapat di Miyakojima, konsep *sustainable tourism* sangat diperlukan untuk membangun atau mengembangkan pariwisata di Miyakojima, agar dapat mempertahankan atau

menjaga sumber daya alam, dan budaya, sehingga dapat dirasakan manfaatnya lebih lama.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di atas, pada dasarnya penelitian ini berjalan dengan baik. Namun, bukan suatu kekeliruan apabila penulis ingin mengemukakan saran. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. City branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisata Miyakojima, Okinawa, Jepang. Saran yang dapat diberikan terkait ini adalah sangat penting untuk memperkuat citra atau branding kota agar dapat dikenal luas oleh banyak orang. Sehingga jangkauan angka kunjungan dapat meningkat dari waktu ke waktu dan tidak berpaku pada wisatawan lama tapi juga harus membuka diri kepada wisatawan baru.
2. Event pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisata Miyakojima, Okinawa, Jepang. Saran yang dapat diberikan terkait ini adalah penyelenggaraan event terlebih event budaya ada baiknya di kembangkan dengan konsep sustainable agar dapat berlangsung secara terus menerus serta tentunya dapat lebih bermanfaat tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan daerah namun juga warga setempat. Selain itu promosi atau pemasaran event tersebut disarankan agar dapat lebih diperhatikan dan di kembangkan terutama kepada wisatawan yang baru berkunjung ataupun bakal calon wisatawan kelak.
3. Saran yang diberikan kepada pemerintah ataupun pihak terkait dengan kepariwisataan Miyakojima untuk terus meningkatkan angka kunjungan wisata Miyakojima terkait dengan diadakannya event Miyako Island Summer Festival mendatang adalah diharapkan pemerintah ataupun penyelenggara kegiatan atau event disarankan untuk melakukan riset mendalam tentang motivasi dan preferensi pengunjung guna merancang kegiatan atau acara yang lebih kreatif dan inovatif. Lebih fokus lagi pada pengalaman atau *experience* wisatawan

atau pengunjung, meningkatkan sarana dan prasarana, serta membangun citra kota yang lebih kuat, sehingga dapat mencakup wisatawan dan memperkenalkan Miyako dengan lebih luas.