

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, yang telah dilakukan seperti pada Bab IV, maka beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai kesimpulan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor faktor wisata dalam membangun *brand image* Kota Bandung adalah baik, hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata yang diperoleh dari jawaban seluruh responden pada seluruh pernyataan yang diajukan melalui kuesioner menunjukkan nilai sebesar 3,4 yang berada pada kisaran 3.4 – 4.1 yang menunjukkan interpretasi tanggapan responden baik.
2. Berdasarkan analisis faktor, terdapat sebelas faktor dalam membangun *brand image* Kota Bandung, yaitu recognition, affinity, reputation, domain, education, history, creative, cultural, cultivation, entertainment dan natural.
3. Dari sebelas faktor utama yang terbentuk dari hasil analisis faktor, dapat dinyatakan bahwa faktor creative yang paling dominan menjadi penentu dalam membangun *brand image* Kota Bandung, yaitu sebesar 88%. Dimana faktor Creative menjelaskan Kota Bandung memiliki banyak obyek wisata kuliner dan Kota Bandung memiliki banyak obyek wisata belanja yang dapat membangun *Brand Image* Kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disarankan hal-hal berikut ini :

1. Membangun asset berupa lokasi sentra kuliner makanan khas bandung yang strategis yang selalu menjadi kunjungan para wisatawan dalam berlibur ke kota Bandung dan menata lokasi tersebut agar terlihat sehat dan terasa nyaman berada di lokasi tersebut.
2. Perlu dilakukan penataan kawasan belanja (FO) dan kuliner (cafe-cafe) untuk kemudahan wisatawan, sehingga tidak mengeluarkan energi dan waktu untuk mengakses produk belanjaan dan kuliner. Contohnya wisata belanja/FO di jalan Martadinata/Riau, Cihampelas; dan jajanan khas malam hari di jalan Cisangkuy, Cibadak, Astana anyar dan lain-lain. Atau menempatkan wisata kuliner berdampingan dengan wisata belanja. Hal ini dilakukan dengan alasan agar para wisatawan tidak mencari lagi wisata kuliner setelah mereka berbelanja. Hal ini untuk mengurangi tingkat kemacetan di Kota Bandung terutama pada saat weekend dan peak season.
3. Perlu memberikan dorongan kepada para pelaku bisnis dalam bentuk penambahan wawasan dan pengetahuan untuk menumbuh kembangkan proses pembelajaran sehingga tercipta kreasi dan inovasi produk belanja dan kuliner melalui penyuluhan-penyuluhan.
4. Mempercepat optimalisasi dan revitalisasi kawasan wisata belanja yang lama (cibaduyut, Cigondewah, Cihampelas) dan sentra produk lainnya dengan cara penataan kawasan melalui peningkatan kebersihan, ketertiban, dan keindahan hingga terbentuknya kelompok-kelompok penggerak pariwisata.
5. Melakukan promosi dengan frekuensi yang tinggi serta dengan media yang tepat tentang wisata kuliner dan perbelanjaan sehingga dapat menyampaikan pesan informasi produk wisata belanja bersumber pada potensi lokal yang dimiliki Kota Bandung yang membedakannya dengan Kota yang lain sehingga dapat menanamkan brand image Kota Bandung dalam benak para wisatawan domestik.

6. Mereformasi sistem transportasi kota Bandung pada aspek fisik, seperti struktur jaringan jalan, manajemen lalu lintas, dan pelayanan angkutan umum. Terutama memperbaiki jalan-jalan di Kota Bandung terutama jalan-jalan utama yang sering terjadi rawan kemacetan.
7. Bandung perlu angkutan massal yang bagus. Terlalu banyak angkot yang suka-suka berhenti dan jalan lagi jelas memberikan masalah tambahan bagi transportasi Bandung. Apalagi tidak ada lokasi khusus untuk pemberhentian angkot tersebut. Ada beberapa armada bis yang melayani beberapa trayek tertentu seperti Cicaheum-Leuwipanjang, Dipatikukur-Cileunyi (UNPAD. Bandung perlu bis-bis ukuran tiga perempat, mungkin seperti ukuran bis Antapani-KPAD (yang inipun sudah tua armadanya) yang lebih diperbanyak. Mungkin juga kalau ada yang ukurannya lebih kecil dari bis tiga perempat itu, misal seukuran mobil Elf akan membantu. Membuat busway dengan meniru Jakarta jelas tidak mungkin bagi Bandung, karena rusa jalan yang ada saat ini terlampau sempit, kecuali mungkin untuk daerah-daerah tertentu seperti Soekarno Hatta dan Sudirman. Solusi sarana transportasi yang reasonable untuk kota Bandung, yang tidak makan tempat atau ruas jalan banyak mungkin monorail.
8. Memperbaiki sarana informasi petunjuk jalan menuju tempat wisata di Kota Bandung, masyarakat pendatang maupun warga Bandung butuh penunjuk arah yang baik dan penanda atau sistem orientasi harus baik kelengkapannya seperti ukuran, tampilan, warna, dan letak yang strategis.