

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan pada penelitian dan pembahasan penelitian yang berjudul “ Pengaruh *City Branding* dalam Keputusan Berkunjung wisatawan ke Pulau Lombok” maka kesimpulan dari penelitian ini dijelaskan bahwa adapun hasilnya yaitu pengaruh langsung *City Branding Lombok Friendly* terhadap keputusan dalam berkunjung wisatawan ke Pulau Lombok sebesar 44,3%. Kemudian pengaruh langsung antara wisata halal dengan *Lombok Friendly* sebesar 23,1% dan untuk wisata halal terhadap keputusan berkunjung tidak dipengaruhi langsung sebesar 4%

5.2 Saran

Sesuai hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *City Branding* dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pulau Lombok” penulis dapat memberikan sedikit saran kepada beberapa pihak yaitu sebagai berikut ini :

1. Bagi pihak pemerintah kota maupun kabupaten dengan adanya *city branding* yang ada di Pulau Lombok hendaknya harus tetap dipublikasikan kepada masyarakat baik dalam dan luar negeri agar pulau lombok semakin dikenal oleh masyarakat.
2. Kepada peneliti selanjutnya jika penelitian ini dilanjutkan jika peneliti memiliki fokus yang sama maka diharapkan dapat memberikan penjelasan yang lebih spesifik terhadap pengaruh penilaian *variabel city branding* terhadap keputusan berkunjung wisatawan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt , S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management for Nation, Cities, and Regions. *Palgrave macmillan, London*.
- Chaerani, R. Y. (2011). Pengaruh City Branding terhadap City Image . *Jurnal Universitas Sultan Agung Tirtayasa*.
- Fikri, M. (2016). Pengaruh City Branding "Shining Batu" Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kota Batu Jawa Timur. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Jaelani, A. K. (2018). Pengaturan Kepariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat . *[Vol. 33 No. 3 November 2018], 33, 347-360*.
- Kavaratzis, M. (2008). From City Marketing to City Branding. *Journal of Place branding and public dipomacy University of* .
- Kotler, A. (2003). *Manajeme Pemasaran, Edisi 13*. Penerbit Erlangga.
- Kudsi, I. (2018). Friendly Lombok : Destination Branding Pulau Lombok Sebagai Upaya Untuk Mempromosikan Pariwasata. *Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.
- Moilanen, T., & Rainisto. (2009). How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding. *USA: Palgrave Macmillan*.
- Murfianti. (2010). Membangun City Branding Melalui Solo Batik Carnival. *Jurnal Penelitian Seni dan Budaya* .
- Pindar, N., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh City Branding "Friendly Lombok" Terhadap Minat Kunjung Ke Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS* .
- Riduwan, & Engkos, A. K. (t.thn.). Cara menggunakan dan memaknai Path Analisis (Analisis Jalur). *Bandung Alfabet*.
- Salampessy, H. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap City Image, Customer. *Vol. 9, No 2 Juli 2015, 9, 145-159*.
- Saputri, F. A., Fauzi, A., & Irawan, A. (2018). Pengaruh City Branding Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Wisata Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 91*.

Siti Zumroh, N. (2015). Pengaruh City Branding "Enjoy Jakarta" Terhadap Citra Kota dan Keputusan Berkunjung Youth Traveler Ke Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

wandari, A. L., Kumandji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh City Branding "Shining Batu" Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6.

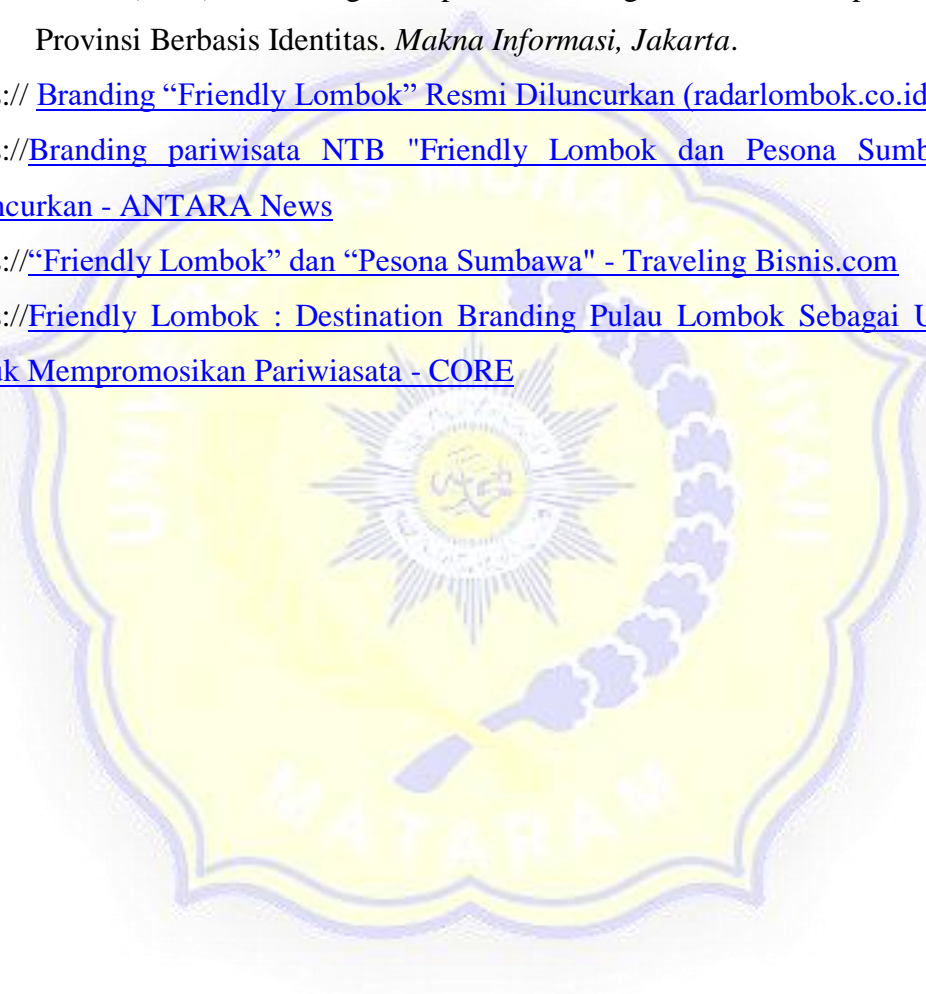
Yananda, S. (2014). Branding Tempat, Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas. *Makna Informasi, Jakarta*.

[https:// Branding "Friendly Lombok" Resmi Diluncurkan \(radarlombok.co.id\)](https://radarlombok.co.id)

[https://Branding pariwisata NTB "Friendly Lombok dan Pesona Sumbawa" diluncurkan - ANTARA News](#)

[https:// "Friendly Lombok" dan "Pesona Sumbawa" - Traveling Bisnis.com](#)

[https://Friendly Lombok : Destination Branding Pulau Lombok Sebagai Upaya Untuk Mempromosikan Pariwisata - CORE](#)





PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

LEMBAR ASISTENSI

NAMA : HOLIFIA VANIA RAHMAWATI
M.K : SKRIPSI
JUDUL : PENGARUH CITY BRANDING DALAM KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN KE PULAU LOMBOK SEBAGAI SALAH SATU WUJUD WISATA
HALAL
DOSEN PEMBIMBING I : FARIZ PRIMADI HIRSAN ST., MT

No	Tanggal	Materi	Catatan	Paraf
	23/10/21	Semua Bab	<ul style="list-style-type: none">- Semesta Indral- Tambahan dikem- Lombok Prively- Celi Postabur- Laku Belanja Celi- Peladaya + DT II dan Sngi Istakir	
	6/11/21	Bab 4	<ul style="list-style-type: none">• Celi Laku Belanja• Kualitas anhan 2 city Branding sng dikhykan, berdasarkan path analyst	
			<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki penulisan (Ppiklan)• <u>Seminar</u>→ ke PB II approval	



LEMBAR ASISTENSI
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

NAMA : HOLIFIA VANIA RAHMAWATI
M.K : SKRIPSI
JUDUL : PENGARUH CITY BRANDING DALAM KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE PULAU LOMBOK
DOSEN PEMBIMBING I : FARIZ PRIMADI HIRSAN ST.,MT

No	Tanggal	Materi	Catatan	Paraf
	26/ Nov 2021	Keseluruhan	→ Hasil Marulani Seminar di pelajari dan diinputkan → Koreksi Laporan Keseluruhan → Simplan Presentasi	
			→ yg baik & tepat → Ujungi Kelapa Abstract dll → ACC sudah	
			→ Ke PB 2	

KUSIONER PENELITIAN
PENGARUH CITY BRANDING DALAM KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISTAWAN KE PULAU LOMBOK

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Tempat Tinggal :
4. Usia :
5. Profesi :

A. Kusioner

Beri tanda “√” pada kolom yang telah disediakan

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
CITY BRANDING						
a. Kehadiran (Presence)						
1	Saya merasakan suasana aman saat saya berwisata ke Pulau Lombok					
2	Saya merasa aman saat saya berwisata ke Pulau Lombok					
b. Tempat (Place)						
3	Pulau lombok merupakan salah satu wilayah dengan wisata halal terbaik di indonesia					
4	Tujuan wisatawan datang ke Pulau Lombok karena adanya wisata lain					
c. Potensi (Potential)						
5	World best halal tourism destination dan world best honeymoon destination menjadi salah satu potensi utama yang ada di Pulau Lombok					
6	World best halal beach resort dan world's best halal travel website juga menjadi potensi wisata halal yang ada di Pulau Lombok					
d. Daya Tarik (Pulse)						
7	Pulau Lombok dijuluki Pulau Seribu Masjid (Salah satu ikon masjid terindah dan terbesar di pulau lombok adalah masjid hubbul wathan islamic center)					
8	Mudahnya menemukan tempat peribadatan, penginapan dan kuliner yang berlabel halal merupakan daya tarik tersendiri bagi pulau lombok untuk berwisata					

e. Orang (People)						
9	Saat sedang berada di pulau lombok saya bertemu masyarakat yang memiliki sikap yang ramah					
10	Saya mendapatkan informasi yang lengkap dari karyawan mengenai tempat wisata yang saya kunjungi					
f. Prasyarat (Prerequisite)						
11	Pelayanan Umum dan kebutuhan pokok di Pulau Lombok mudah di temui atau di dapatkan					
12	Saya dengan mudah mendapatkan kendaraan umum menuju tempat wisata yang ada di Pulau Lombok					
KEPUTUSAN BERKUNJUNG						
g. Keputusan Berkunjung						
13	Saya memutuskan berkunjung ke Pulau Lombok karena memiliki banyak potensi pariwisata					
14	Saya tertarik terhadap Pulau Lombok karena memiliki banyak jenis wisata alam, religi dan budaya					
15	Saya berkunjung ke Pulau Lombok karena adanya Branding " <i>Lombok Friendly</i> "					
16	Saya menyukai pelayanan yang di berikan oleh karyawan yang bekerja di tempat wisata					
17	Pulau Lombok dapat dikunjungi setiap waktu					
18	Karena banyaknya tempat wisata yang ada di Pulau Lombok sehingga mampu menarik pengunjung dari					

	semua kalangan					
19	Biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke Pulau Lombok tidak mengeluarkan banyak biaya					
WISATA HALAL						
20	Pulau Lombok menjadi salah satu tujuan wisata bagi wisatawan muslim					
22	Wisatawan dengan mudah menemukan tempat ibadah di Pulau Lombok					
23	Komunikasi menjadi hal penting dalam melakukan perjalanan wisata					



REKAPITULASI HASIL QUSIONER

NO	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
Kehadiran (Presence)											
1	Saya merasakan suasana aman saat saya berwisata ke Pulau Lombok	98	23	269	59	30	10	3	8	-	-
2	Saya merasa aman saat saya berwisata ke Pulau Lombok	83	21	266	66	48	12	4	1	-	
Tempat (Place)											
3	Pulau lombok merupakan salah satu wilayah dengan wisata halal terbaik di indonesia	126	31	180	45	81	20	14	4	-	-
4	Tujuan wisatawan datang ke Pulau Lombok karena adanya wisata lain	74	19	230	57	65	16	25	6	7	2
Potensi (Potential)											
5	World best halal tourism destination dan world best honeymoon destination menjadi salah satu potensi utama yang ada di Pulau Lombok	52	37	173	43	147	13	25	6	4	1
6	World best halal beach resort dan world's best halal travel website juga menjadi potensi wisata halal yang ada di Pulau Lombok	155	39	216	54	26	6	3	1	-	-
Daya Tarik (Pulse)											
7	Pulau Lombok dijuluki Pulau Seribu Masjid (Salah satu ikon masjid terindah dan terbesar di pulau lombok adalah masjid hubbul wathan islamic center)	170	41	233	57	4	1	3	1	-	-
8	Mudahnya menemukan tempat peribadatan, penginapan dan kuliner	73	18	217	54	90	23	7	2	12	3

	yang berlabel halal merupakan daya tarik tersendiri bagi pulau lombok untuk berwisata											
Orang (People)												
9	Saat sedang berada di pulau lombok saya bertemu masyarakat yang memiliki sikap yang ramah	159	40	202	50	32	8	7	2	-	-	
10	Saya mendapatkan informasi yang lengkap dari karyawan mengenai tempat wisata yang saya kunjungi	157	39	200	50	34	9	9	2	-	-	
Prasyarat (Prerequisite)												
11	Pelayanan Umum dan kebutuhan pokok di Pulau Lombok mudah di temui atau di dapatkan	58	14	225	56	87	22	20	5	10	2	
12	Saya dengan mudah mendapatkan kendaraan umum menuju tempat wisata yang ada di Pulau Lombok	43	11	143	36	155	39	45	11	14	3	

NO	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Saya memutuskan berkunjung ke Pulau Lombok karena memiliki banyak potensi pariwisata	177	44	193	48	23	6	4	1	3	1
2	Saya tertarik terhadap Pulau Lombok karena memiliki banyak jenis wisata alam, religi dan budaya	167	42	202	50	25	6	3	1	3	1

3	Saya berkunjung ke Pulau Lombok karena adanya Branding “Lombok Friendly”	156	39	213	53	31	8	-	-	-	-
4	Saya menyukai pelayanan yang di berikan oleh karyawan yang bekerja di tempat wisata	94	23	248	62	45	11	10	2	3	1
5	Pulau Lombok dapat dikunjungi setiap waktu	102	26	185	46	100	25	13	3	-	-
6	Karena banyaknya tempat wisata yang ada di Pulau Lombok sehingga mampu menarik pengunjung dari semua kalangan	76	29	183	46	115	19	22	5	5	1
7	Biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke Pulau Lombok tidak mengeluarkan banyak biaya	71	17	240	60	72	18	8	2	9	2

NO	Pernyataan	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Pulau Lombok menjadi salah satu tujuan wisata bagi wisatawan muslim	185	46	185	46	23	6	7	2	-	-
2	Wisatawan dengan mudah menemukan tempat ibadah di Pulau Lombok	129	32	227	57	35	9	9	2	-	-

3	Komunikasi menjadi hal penting dalam melakukan perjalanan wisata	130	32	216	54	51	13	3	1	-	-
---	--	-----	----	-----	----	----	----	---	---	---	---

