

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data dari penelitian pengaruh daya tarik wisata dan ragam kuliner dengan promosi sebagai variabel intervening terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kota Cirebon dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan pada promosi, karena memiliki nilai koefisien regresi positif 0,229 dan nilai t-hitung $2,268 > t\text{-tabel } 1,984$ serta mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$.
2. Ragam Kuliner berpengaruh positif dan signifikan pada promosi, karena memiliki nilai koefisien regresi positif 0,324 dan nilai t-hitung $3,522 > t\text{-tabel } 1,984$ serta mempunyai nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.
3. Daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan pada minat berkunjung, karena memiliki nilai koefisien regresi negatif -0,027 dan mempunyai nilai t-hitung $-0,326 < t\text{-tabel } 1,984$ serta mempunyai nilai signifikansi $0,745 > 0,05$.
4. Ragam Kuliner berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung karena memiliki nilai koefisien regresi positif 0,331 dan mempunyai nilai t-hitung $4,277 > t\text{-tabel } 1,984$ serta mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Promosi berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung, karena memiliki nilai koefisien regresi positif 0,226 dan mempunyai nilai t-hitung $2,827 > t\text{-tabel } 1,984$ serta mempunyai nilai signifikansi $0,006 < 0,05$.
6. Daya tarik wisata berpengaruh pada minat berkunjung melalui promosi dengan nilai t statistic 1,76824544 nilai tersebut berarti lebih kecil dari t tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan 0,07701988 lebih besar dari 0,05.
7. Ragam kuliner berpengaruh pada minat berkunjung melalui promosi dengan nilai t statistic 2,20363007 nilai tersebut berarti lebih besar dari t hitung yaitu 1,984 dan nilai signifikan 0,02755037 kurang dari 0,05.

B. Implikasi

1. Bagi Pemerintah Daerah

Daya tarik ragam kuliner memiliki pengaruh signifikan, pengelola pariwisata dapat fokus pada pengembangan destinasi kuliner lokal dengan menonjolkan keunikan, keaslian, dan kualitas masakan khas daerah. promosi terbukti berpengaruh kuat, pemerintah atau pengelola wisata perlu meningkatkan aktivitas pemasaran, seperti penggunaan media digital, penyelenggaraan festival kuliner, dan kolaborasi dengan influencer.

2. Bagi Pelaku Usaha Kuliner

Wisatawan cenderung tertarik pada ragam kuliner, pelaku usaha dapat memperluas variasi menu, menciptakan masakan fusi, atau menyajikan pengalaman kuliner unik. Pelaku usaha kuliner dapat bekerja sama dengan agen perjalanan, hotel, atau platform wisata untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola objek destinasi wisata yang berada di Kota Cirebon, berdasarkan hasil penelitian diperoleh daya tarik wisata tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kota Cirebon. Hal ini bisa dijadikan evaluasi untuk lebih meningkatkan inovasi kegiatan wisata yang lebih bervariasi lagi ataupun meningkatkan daya tarik wisata agar lebih menonjol dan menjadi keunikan dari wisata itu sendiri.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa lebih mengembangkan penelitian tentang faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung. Daya tarik wisata, ragam kuliner dan promosi mempengaruhi minat berkunjung sebesar 36.4% dan 63,6% adalah faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung selain faktor yang telah diteliti