

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Pengelola Central Park Cikarang telah menerapkan berbagai strategi melalui pemasaran digital untuk menarik pengunjung. Pengelolaan pemasaran digital menjadi kunci utama dalam strategi meningkatkan pengunjung. Hal ini pengelola Central Park Cikarang melakukan strategi dengan media sosial dan kolaborasi.
2. Persepsi pengunjung terhadap strategi pemasaran digital Central Park Cikarang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Strategi yang dinilai optimal mampu meningkatkan kepuasan, kunjungan, dan loyalitas pengunjung. Sumber informasi, terutama dari media sosial seperti TikTok dan Instagram, sangat mempengaruhi persepsi pengunjung. Penggunaan media sosial yang efektif, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengunjungi Central Park Cikarang. Pemasaran digital memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan pengunjung, dengan promosi menarik dan informasi lengkap yang menarik perhatian.
3. Berdasarkan Analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka diperoleh strategi alternatif antara lain : (1) Memaksimalkan penggunaan sosial media untuk menjangkau wisatawan melalui kampanye digital. (2) Menggelar event besar dan variatif dengan dukungan perusahaan dan brand besar guna menarik pengunjung. (3) Menawarkan pengalaman ruang hijau yang unik sebagai daya tarik utama dalam promosi digital.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk pihak pengelola Central Park Cikarang dapat mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran digital mereka untuk terus meningkatkan kesadaran dan minat pengunjung.
2. Untuk pihak pengelola Central Park Cikarang juga dapat mempertimbangkan untuk mengadakan lebih banyak event dan promosi untuk meningkatkan minat pengunjung.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan studi komparatif tentang strategi pemasaran digital di destinasi wisata lain, untuk membandingkan efektivitas strategi pemasaran digital di Central Park Cikarang dengan destinasi wisata lain.

