

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi digital, harga tiket dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Curug Kiara Danu Majalengka, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,762 > t_{tabel} 1,985$. Semakin intensif dan kreatif promosi digital dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, semakin tinggi minat wisatawan untuk mengunjungi Curug Kiara Danu.
2. Harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Curug Kiara Danu Majalengka dengan nilai signifikansi $0,252 > 0,05$ dan $t_{hitung} 1,152 < t_{tabel} 1,985$. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan tidak menjadikan harga tiket sebagai faktor utama dalam menentukan minat berkunjung, selama harga yang ditetapkan masih berada dalam batas kewajaran dan sesuai dengan pengalaman wisata yang diperoleh.
3. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Curug Kiara Danu Majalengka yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} 3,395 > t_{tabel} 1,985$. Daya tarik berupa keindahan alam, suasana lingkungan yang asri, serta pengalaman wisata yang ditawarkan mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.
4. Promosi digital, harga tiket, dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Curug Kiara Danu Majalengka dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 23,562 > F_{tabel} 3,090$. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi Manajerial / Praktis:

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pengelolaan promosi melalui media sosial menjadi sarana strategis dalam menjangkau wisatawan potensial secara lebih luas.
- b) Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal ini mengimplikasikan bahwa faktor harga bukan menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam menentukan minat berkunjung, sehingga penetapan harga tiket yang terjangkau dan stabil dapat dipertahankan tanpa perlu dijadikan fokus utama dalam strategi pemasaran.
- c) Daya tarik wisata terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa aspek keindahan alam, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan dan kualitas fasilitas pendukung merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan minat kunjungan wisatawan.

2. Implikasi Akademis / Teoritis:

- a) Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa promosi digital dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan harga tiket tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mendukung teori bauran pemasaran dan teori perilaku konsumen dalam sektor pariwisata (Kotler & Keller, 2016).
- b) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengkaji faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti yang berpotensi memengaruhi minat kunjungan wisatawan.

C. Saran

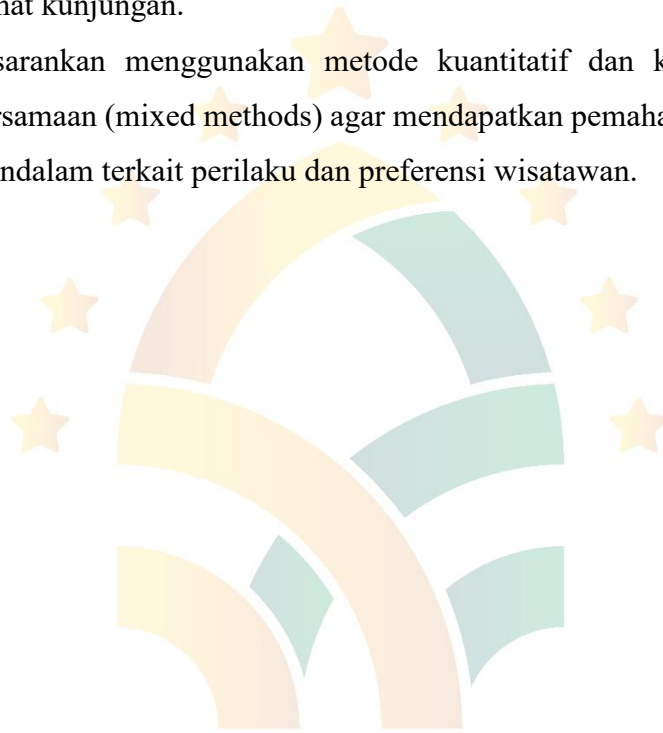
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Pengelola Wisata

- a) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada variabel promosi digital diketahui bahwa pernyataan mengenai frekuensi kemunculan promosi Curug Kiara Danu di media sosial memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,30. Oleh karena itu, pengelola objek wisata Curug Kiara Danu disarankan untuk meningkatkan konsistensi dalam mengunggah konten promosi melalui media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, dengan menampilkan aktivitas kolam berenang, keindahan curug, serta suasana wisata guna menarik minat kunjungan wisatawan.
- b) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada variabel harga tiket diketahui bahwa pernyataan mengenai kesesuaian harga tiket dengan pelayanan dan fasilitas memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,68. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, pengelola objek wisata Curug Kiara Danu disarankan untuk mempertahankan harga tiket yang terjangkau dan stabil agar tetap dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.
- c) Berdasarkan hasil penelitian, variabel daya tarik menunjukkan bahwa pernyataan terkait pengalaman wisatawan memiliki nilai rata-rata paling rendah, yaitu 4,58. Oleh sebab itu, pengelola objek wisata Curug Kiara Danu disarankan untuk meningkatkan kualitas daya tarik wisata melalui upaya menjaga keindahan lingkungan, kebersihan area wisata, serta melakukan perawatan fasilitas pendukung secara berkelanjutan. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan wisatawan dan mendorong peningkatan minat kunjungan ke objek wisata tersebut.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- a) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti fasilitas, keamanan, atau layanan tambahan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat kunjungan wisatawan.
- b) Dapat dilakukan penelitian komparatif antara beberapa objek wisata alam untuk melihat faktor-faktor yang paling dominan memengaruhi minat kunjungan.
- c) Disarankan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan (mixed methods) agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait perilaku dan preferensi wisatawan.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON