BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik, dan Digital Marketing secara simultan terhadap Minat Berkunjung ke Sangkan Aqua Park Kuningan pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Hal tersebut mengandung arti bahwa ketiga variabel independen, yakni Persepsi Harga, Daya Tarik, dan Digital Marketing, secara bersama-sama memberikan kontribusi yang nyata dalam membentuk dan meningkatkan minat berkunjung wisatawan terhadap Sangkan Aqua Park Kuningan.
2. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Sangkan Aqua Park Kuningan pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin positif persepsi masyarakat terhadap harga yang ditetapkan oleh Sangkan Aqua Park Kuningan.
3. Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Sangkan Aqua Park Kuningan pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin menarik dan beragam daya tarik wisata yang ditawarkan oleh Sangkan Aqua Park Kuningan.
4. *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Sangkan Aqua Park Kuningan pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin efektif strategi digital marketing yang diterapkan oleh pengelola Sangkan Aqua Park Kuningan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa rekomendasi saran sebagai berikut:

1. Pada variabel Persepsi Harga terdapat indikator yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, yaitu pada aspek daya saing harga. Pengelola Sangkan Aqua Park Kuningan hendaknya melakukan evaluasi secara berkala terhadap penetapan harga tiket masuk maupun harga fasilitas tambahan, dengan

mempertimbangkan daya beli masyarakat lokal serta harga yang ditawarkan oleh destinasi wisata sejenis di wilayah sekitar Kabupaten Kuningan dan Jawa Barat. Selain itu, pengelola disarankan untuk menghadirkan strategi harga yang lebih kompetitif dan fleksibel, seperti penawaran paket wisata keluarga, program diskon kunjungan berulang, harga khusus untuk kelompok pelajar, serta promosi harga pada momen-momen tertentu seperti hari libur nasional atau periode sepi pengunjung. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat memperkuat persepsi wisatawan bahwa harga yang dibayarkan sepadan bahkan melampaui nilai pengalaman yang diperoleh selama berkunjung ke Sangkan Aqua Park Kuningan, sehingga minat berkunjung masyarakat semakin meningkat.

2. Pada variabel Daya Tarik terdapat indikator yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, yaitu pada aspek keunikan,dan kualitas pengalaman. Pengelola Sangkan Aqua Park Kuningan hendaknya secara konsisten melakukan inovasi terhadap wahana dan fasilitas yang tersedia, agar destinasi ini tetap mampu memberikan pengalaman baru yang menarik bagi pengunjung, termasuk bagi mereka yang telah berkunjung sebelumnya. Peningkatan kualitas fasilitas pendukung.
3. Pada variabel *Digital Marketing* terdapat indikator yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, yaitu pada aspek konsistensi konten dan jangkauan platform digital. Pengelola Sangkan Aqua Park Kuningan hendaknya mengoptimalkan pemanfaatan berbagai platform digital, termasuk Instagram, TikTok, YouTube, serta platform pemesanan wisata daring, secara lebih terencana dan konsisten. Pembuatan konten yang berkualitas, informatif, serta mampu menampilkan keunikan dan keunggulan daya tarik Sangkan Aqua Park secara visual dan naratif perlu ditingkatkan agar lebih menarik perhatian calon wisatawan. Pengelola juga disarankan untuk menggandeng kreator konten atau influencer lokal yang memiliki basis pengikut yang relevan, serta secara aktif merespons komentar dan pertanyaan calon pengunjung di media sosial, guna membangun hubungan yang lebih personal dan kepercayaan terhadap destinasi. Dengan strategi digital marketing yang lebih terstruktur dan kreatif, diharapkan

jangkauan promosi Sangkan Aqua Park Kuningan semakin luas dan mampu mendorong peningkatan minat berkunjung masyarakat secara signifikan.

4. Pada variabel Minat Berkunjung terdapat indikator yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, yaitu pada aspek konversi ketertarikan menjadi tindakan kunjungan yang nyata. Pengelola Sangkan Aqua Park Kuningan hendaknya mengoptimalkan berbagai program pemasaran langsung yang dapat mendorong calon wisatawan untuk merealisasikan minat mereka menjadi kunjungan yang sesungguhnya. Program-program seperti pembukaan akses pembelian tiket secara daring, penawaran harga awal kunjungan yang lebih terjangkau, penyebaran testimoni dan ulasan positif pengunjung di berbagai platform digital, serta penyelenggaraan event khusus di kawasan wisata dapat menjadi stimulan yang efektif. Upaya ini penting mengingat masih terdapatnya kesenjangan antara tingginya tingkat kesadaran dan ketertarikan masyarakat terhadap Sangkan Aqua Park Kuningan dengan realisasi kunjungan yang sebenarnya.
5. Seperti penelitian lainnya, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya mengkaji tiga variabel independen sehingga belum sepenuhnya menggambarkan keseluruhan faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Sangkan Aqua Park Kuningan. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang relevan seperti citra destinasi, kualitas pelayanan, atau kepuasan wisatawan, serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan menambah jumlah responden agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan variabel moderasi ataupun mediasi dan turut berkontribusi dalam menjembatani inkonsistensi temuan penelitian terdahulu di bidang pariwisata.