# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin pesat, di mana perkembangan ini memberikan manfaat kepada banyak pihak baik pemerintah, masyarakat, maupun swasta. Menurut Muallim *et al*. (2024) perkembangan pariwisata telah menjadi industri strategis yang mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional melalui peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan infrastruktur.

Pariwisata merupakan salah satu industri yang kegiatannya menyediakan berbagai jasa mulai dari akomodasi, transportasi, rekreasi, makanan dan lain sebagainya yang saling terkait dalam perdagangan jasa, serta menyertakan pelayanan terbaik sebagai fasilitas penunjang perkembangan kemajuan industri tersebut. Darojat (2021) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap orang. Pasalnya, aktivitas perjalanan pribadi dapat meningkatkan kreativitas, menghilang kejenuhan, bersantai, berbelanja, berbisnis, serta memahami sejarah dan warisan budaya dari etnis tertentu.

Industri pariwisata sendiri merupakan himpunan usaha yang secara langsung maupun tidak langsung menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanan dan kunjungan mereka. Butarbutar *et al*. (2025) menjelaskan bahwa industri pariwisata memiliki peranan penting sebagai sektor yang memberikan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian daerah

dan nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pelaku usaha, hingga kontribusi terhadap pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi daerah.

Provinsi Aceh merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak destinasi wisata yang menarik baik wisata alam, budaya, maupun religi. Keindahan alamnya yang memukau seperti pantai-pantai eksotis, pegunungan yang sejuk, serta kekayaan bawah laut yang menakjubkan menjadikan Aceh sebagai salah satu tujuan wisata unggulan di Indonesia. Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2025, di mana pada tahun 2025 mulai dari bulan Januari sampai dengan Agustus, jumlah rata-rata perjalanan wisatawan nusantara di Provinsi Aceh mencapai 1,75 juta perjalanan atau sebesar 1,74% dari total jumlah perjalanan wisatawan di seluruh Indonesia.

Arung jeram merupakan salah satu destinasi wisata di Provinsi Aceh yang sangat menarik bagi para wisatawan, hal ini dikarenakan keindahan alamnya yang masih asri serta aliran sungai yang menantang dan beragam tingkat kesulitannya. Purba & Ratno (2017) menjelaskan bahwa arung jeram merupakan bagian dari destinasi wisata minat khusus yang menitikberatkan pada pengalaman petualangan (*adventure tourism*), di mana wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas yang memacu adrenalin serta membutuhkan keterampilan dan kerja sama tim.

Di Provinsi Aceh, terdapat banyak destinasi wisata mulai dari Arung Jeram Lukup Badak, Arung Jeram Uning, Arung Jeram Kala Waeh, Arung Jeram Ayu Adventure, Tan Saril, Pegasing, Broenk, Takengon JLB, Temas, Temas River Park,

dan Arung Jeram Simpang Kelaping di Kabupaten Aceh Tengah. Kemudian di Kabupaten Aceh Utara terdapat destinasi wisata Arung Jeram Sawang, selanjutnya di Kabupaten Aceh Tenggara terdapat Arung Jeram Sungai Alas. Di Kabupaten Bireuen terdapat Arung Jeram Krueng Peusangan, dan di Kabupaten Aceh Jaya terdapat Arung Jeram Krueng Sabee, serta di Kabupaten Nagan Raya terdapat destinasi wisata Arung Jeram Tripa. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, di mana di Kabupaten Aceh Tengah terdapat banyak destinasi wisata arung jeram yang tersebar di beberapa kecamatan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**
**Destinasi Wisata Arung Jeram di Kabupaten Aceh Tengah**

| No. | Destinasi Wisata Arung Jeram | Kecamatan |
|---|---|---|
| 1 | Arung Jeram Lukup Badak | Kecamatan Bies |
| 2 | Arung Jeram Uning | Kecamatan Pegasing |
| 3 | Arung Jeram Kala Waeh | Kecamatan Pegasing |
| 4 | Arung Jeram Ayu Adventure | Kecamatan Pegasing |
| 5 | Arung Jeram Tan Saril | Kecamatan Bebesan |
| 6 | Arung Jeram Pegasing | Kecamatan Pegasing |
| 7 | Arung Jeram Broenk | Kecamatan Pegasing |
| 8 | Arung Jeram Takengon JLB | Kecamatan Pegasing |
| 9 | Arung Jeram Temas | Kecamatan Pegasing |
| 10 | Arun Jeram Temas River Park | Kecamatan Pegasing |
| 11 | Arung Jeram Simpang Kelaping | Kecamatan Pegasing |

Sumber: Hasil observasi (2026)

Kabupaten Aceh Tengah merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Aceh yang menyediakan banyak destinasi wisata terkenal, di mana salah satu ikon utamanya yaitu Danau Lut Tawar yang memiliki panorama indah dengan air jernih dan dikelilingi perbukitan hijau yang sangat cocok untuk bersantai, piknik, dan menikmati suasana alam. Selain itu, terdapat beberapa destinasi populer lain seperti Bur Telege yang menawarkan pemandangan estetik dan *Instagramable* dari hamparan hutan pinus, serta kebun kopi Gayo yang terkenal. Kabupaten ini juga

menawarkan berbagai aktivitas menarik lainnya seperti Arung Jeram (Nimba, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa wisatawan di Kabupaten Aceh Tengah, destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak merupakan salah satu destinasi wisata arung jeram yang paling dikenal dan diminati di wilayah tersebut. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mendukung, di antaranya kemudahan aksesibilitas yang memungkinkan wisatawan untuk mencapai lokasi dengan menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan pribadi seperti mobil maupun sepeda motor. Selain itu, lokasi destinasi yang relatif lebih dekat dengan ibukota Kabupaten Aceh Tengah, yaitu Takengon, menjadi nilai tambah tersendiri karena mempersingkat waktu tempuh perjalanan dan memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Kondisi tersebut menjadikan Arung Jeram Lukup Badak sebagai pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menikmati aktivitas wisata petualangan, khususnya arung jeram, sehingga tidak mengherankan apabila destinasi ini memiliki tingkat kunjungan yang cukup tinggi dibandingkan dengan destinasi sejenis lainnya di daerah tersebut (Wawancara, 23 Maret 2025).

Arung Jeram di Lukup badak merupakan salah satu destinasi wisata paling terkenal di Kabupaten Aceh Tengah yang menawarkan sensasi berwisata yang memacu adrenalin dengan menyusuri aliran Sungai Peusangan sepanjang sekitar 4,5 km. Lokasi ini sangat ramah untuk wisatawan keluarga dengan tersedia dua paket yaitu *family trip* yang santai tanpa rintangan berat, serta paket semi ekstrem dengan jeram yang menantang. Selama perjalanan arung jeram, wisatawan akan disuguhi pemandangan kebun kopi, padang ilalang, dan area persawahan yang

mengelilingi sungai. Pengelola juga menyediakan perlengkapan lengkap seperti helm, jaket pelampung, serta pemandu profesional yang merupakan atlet arung jeram lokal untuk menjamin keselamatan dan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung (Asmunda, 2024).

Perkembangan Arung Jeram di Lukup Badak Kabupaten Aceh Tengah tidak terlepas dari adanya niat berkunjung kembali wisatawan, hal ini dikarenakan niat kunjungan ulang dari wisatawan menjadi faktor penting dalam meningkatkan popularitas dan keberlanjutan destinasi tersebut. Lai *et al*. (2020) menjelaskan bahwa niat berkunjung kembali merupakan tindakan kunjungan berulang, di mana hal ini mencerminkan pemikiran atau motivasi seorang wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi wisata berdasarkan pengalaman positif yang telah dirasakan sebelumnya. Menurut Nurfa *et al*. (2022) wisatawan yang memiliki pengalaman positif selama melakukan kegiatan destinasi ingin kembali menikmati sensasi serupa baik karena kepuasan terhadap pelayanan, keindahan alam, maupun fasilitas yang tersedia. Pasca terjadinya banjir bandang di Provinsi Aceh, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat pada bulan November 2025, destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak sempat ditutup sementara selama 2 bulan, di mana destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak kembali dibuka pada awal Februari 2026. Sejak 4 Februari 2026, operator *rafting* di Lukup Badak kembali melayani wisatawan dengan kondisi sungai yang sudah dinyatakan aman (Rijaya, 2026).

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan, hal ini tidak terlepas dari peran kepuasan wisatawan terhadap pengalaman yang mereka rasakan selama berkunjung di suatu

destinasi. Havifa *et al*. (2024) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan merupakan evaluasi pengunjung mengenai apakah destinasi atau layanan destinasi tersebut memenuhi kebutuhan dan harapannya serta memberikan tingkat kepuasan yang tinggi. Ketika wisatawan merasa puas dengan layanan, fasilitas, keamanan, dan keindahan tempat wisata yang dikunjungi, maka muncul perasaan senang dan keinginan untuk kembali menikmati pengalaman serupa di masa mendatang. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Oriade & Schofield (2019) dan penelitian Azzahra & Pramadanti (2025) menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi wisata.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan adalah kualitas pelayanan, hal ini dikarenakan kualitas yang baik mampu menciptakan pengalaman positif dan kepuasan bagi wisatawan selama berada di destinasi wisata. Fetra *et al*. (2023) menjelaskan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, profesional, serta sesuai dengan harapan wisatawan akan menumbuhkan rasa nyaman dan kepercayaan terhadap pengelola destinasi. Ketika wisatawan merasakan bahwa kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi melalui pelayanan yang berkualitas, maka kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung di masa depan akan semakin tinggi. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Kumar *et al*. (2020) dan penelitian Sappewali *et al*. (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

Citra destinasi termasuk salah satu faktor yang dapat meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan, hal ini dikarenakan citra positif suatu destinasi

wisata akan membentuk persepsi yang baik di benak wisatawan mengenai daya tarik, kenyamanan, dan kualitas pengalaman yang ditawarkan. Menurut Kumar *et al*. (2020) citra destinasi merupakan persepsi wisatawan tentang suatu destinasi, di mana citra yang terbentuk di antara pengunjung memiliki potensi rangsangan dalam persepsi, perilaku, dan sikap karena mempengaruhi pilihan wisatawan dalam menentukan destinasi. Yandi *et al*. (2023) menjelaskan bahwa citra destinasi berperan penting dalam menciptakan daya tarik emosional bagi wisatawan. Sebuah destinasi yang memiliki citra unik, menarik, dan berkesan akan meninggalkan pengalaman mendalam bagi pengunjungnya, di mana hal ini mendorong timbulnya keinginan untuk mengulangi pengalaman yang serupa dimasa mendatang. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Oriade & Schofield (2019) dan penelitian yang pernah dilakukan oleh Kumar *et al*. (2020) menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

Daya tarik wisata tidak kalah penting dibandingkan dengan kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan, dan citra destinasi dalam mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan. Ngajow *et al*. (2021) menjelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Daya tarik wisata menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi, di mana daya tarik dapat berupa keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah, maupun berbagai aktivitas rekreasi yang ditawarkan. Menurut Maharani (2019) daya tarik wisata yang dikelola dengan baik mampu meningkatkan rasa puas dan kagum yang memperkuat ikatan emosional wisatawan terhadap destinasi tersebut. Penelitian sebelumnya yang

pernah dilakukan oleh Sappewali *et al*. (2022) dan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ngajow *et al*. (2021) menemukan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan dalam meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan.

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan adalah persepsi harga, hal ini dikarenakan wisatawan akan selalu menilai kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat atau pengalaman yang mereka peroleh selama berwisata. Apabila wisatawan merasa bahwa harga yang dikeluarkan sebanding atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, serta pengalaman yang dirasakan, maka akan timbul kepuasan yang pada akhirnya mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Apriliani *et al*. (2024) menjelaskan bahwa persepsi harga atau *perceived price* mencerminkan nilai yang dirasakan oleh wisatawan, di mana harga yang dianggap terjangkau namun tetap memberikan pengalaman yang berkualitas akan meningkatkan loyalitas wisatawan dan memperkuat citra positif destinasi di mata wisatawan. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Fetra *et al*. (2023) dan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rahmayanti *et al*. (2022) menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

Penulis kemudian melakukan observasi awal kepada 35 wisatawan yang telah melakukan kunjungan lebih dari tiga kali ke destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah, di mana diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2**
**Observasi Awal Niat Berkunjung Kembali Wisatawan di Destinasi Arung Jeram Lukup Badak**

| Alasan Niat Berkunjung Kembali Wisatawan | Jumlah | | Persentase | |
|---|---|---|---|---|
| | Puas | Tidak Puas | Puas | Tidak Puas |
| Berkunjung kembali karena merasa puas | 32 | 3 | 91,43% | 8,57% |
| Berkunjung kembali karena kualitas pelayanan yang baik | 31 | 4 | 88,57% | 11,43% |
| Berkunjung kembali karena citra positif yang dirasakan | 27 | 8 | 77,14% | 22,86% |
| Berkunjung kembali karena daya tarik yang dimiliki Arung Jeram Lukup Badak | 33 | 2 | 94,29% | 5,71% |
| Berkunjung kembali karena harga sesuai dengan pengalaman yang dirasakan | 29 | 6 | 82,86% | 17,14% |
| **Rata-Rata** | **30** | **5** | **86,86%** | **13,14%** |

Sumber: Observasi Awal (2025)

Berdasarkan hasil observasi awal alasan wisatawan berkunjung kembali ke destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak pada tabel di atas, di mana rata-rata para wisatawan alasan mereka melakukan kunjungan kembali ke destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak tidak terlepas dari kepuasan yang mereka rasakan, kualitas pelayanan yang mereka terima, citra positif destinasi yang dirasakan, daya tarik, dan kesesuaian harga dengan pengalaman yang mereka rasakan yang mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Pasca terjadinya banjir bandang pada 26 November 2025, kondisi pariwisata di Takengon yang merupakan bagian dari Kabupaten Aceh Tengah mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Bencana tersebut tidak hanya menimbulkan kerusakan infrastruktur umum seperti jalan yang rusak dan sulit dilalui, tetapi juga menyebabkan sejumlah destinasi wisata

terdampak bahkan hancur seperti Natural Pack, Monokrom, serta berbagai destinasi wisata lainnya yang ada di Kabupaten Aceh Tengah. Kondisi ini berdampak pada menurunnya aksesibilitas, rasa aman, dan kenyamanan wisatawan, sehingga mempengaruhi citra destinasi secara keseluruhan dan menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali, termasuk destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak. Dalam situasi tersebut, kualitas pelayanan menjadi faktor penting untuk memberikan rasa aman dan pengalaman yang baik wisatawan, sementara citra destinasi perlu dipulihkan melalui perbaikan infrastruktur dan promosi yang ketat. Selain itu, daya tarik wisata harus kembali dikembangkan agar tetap mampu menarik minat pengujung, serta persepsi harga perlu disesuaikan dengan kondisi yang ada agar tetap dianggap layak oleh wisatawan. Hal ini menggambarkan bahwa beberapa faktor seperti kepuasan, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan daya tarik destinasi, serta persepsi harga yang dimiliki oleh para wisatawan mampu meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait "Peran Kepuasan Wisatawan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Destinasi Wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
3. Apakah daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
5. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
7. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
8. Apakah daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?

9. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
10. Apakah kepuasan wisatawan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
11. Apakah kepuasan wisatawan memediasi pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
12. Apakah kepuasan wisatawan memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?
13. Apakah kepuasan wisatawan memediasi pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.

3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
7. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
8. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
9. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
10. Untuk mengetahui peran kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.

11. Untuk mengetahui peran kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
12. Untuk mengetahui peran kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.
13. Untuk mengetahui peran kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Arung Jeram Lukup Badak di Kabupaten Aceh Tengah.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat teoritis
    a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin memahami, mendalami, dan menambah wawasan mengenai manajemen khususnya dalam manajemen pemasaran pariwisata.
    b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik, bagi peneliti sendiri, dan bagi pihak fakultas.

c. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap pengetahuan yang telah didapat mengenai manajemen khususnya manajemen pemasaran pariwisata.

2. Manfaat praktis

a. Penelitian ini dapat bermanfaat memberikan sumbangan bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran pariwisata.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan wisatawan secara umum dalam upaya pengembangan dan peningkatan kualitas destinasi wisata.

c. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan niat berkunjung kembali wisatawan, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik serta keberlanjutan destinasi wisata secara keseluruhan.