

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Gunung Salak di Kabupaten Aceh Utara. Pemasaran, sebagai kegiatan yang melibatkan pengadaan, pertukaran, dan distribusi barang atau jasa, berperan penting dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran yang menguntungkan. Dalam konteks pariwisata, pemasaran yang tepat dapat membuka peluang bagi peningkatan ekonomi lokal dengan menarik lebih banyak wisatawan. Potensi wisata Gunung Salak yang menawarkan keindahan alam, kegiatan petualangan, serta nilai budaya yang kaya, memerlukan strategi pemasaran yang cermat agar dapat dikenal luas dan dikunjungi oleh wisatawan. Namun, kendala seperti fasilitas yang kurang memadai, terutama lampu jalan yang tidak memadai, menghambat perkembangan potensi wisata tersebut. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Gunung Salak, sehingga berdampak positif pada ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan daerah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Kabupaten Aceh Utara.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Pariwisata, Strategi Pemasaran, Gunung Salak, Aceh Utara, Kunjungan Wisatawan, Pengembangan Ekonomi Lokal, Destinasi Wisata, Fasilitas Pariwisata, Keberlanjutan.

## ABSTRACT

This study aims to analyze effective marketing strategies in increasing tourist visits to Mount Salak tourist destination in North Aceh Regency. Marketing, as an activity that involves the procurement, exchange, and distribution of goods or services, plays an important role in satisfying consumer needs and wants through a profitable exchange process. In the context of tourism, proper marketing can open up opportunities for local economic improvement by attracting more tourists. The tourism potential of Mount Salak, which offers natural beauty, adventure activities, and rich cultural values, requires a careful marketing strategy in order to be widely recognized and visited by tourists. However, obstacles such as inadequate facilities, especially inadequate street lights, hinder the development of the tourism potential. Through this research, it is hoped that a marketing strategy can be found that can increase tourist visits to Mount Salak, thus having a positive impact on the local economy, job creation, and regional income. This research is expected to contribute to sustainable tourism planning and development in North Aceh District.

**Keywords:** Marketing, Tourism, Marketing Strategy, Gunung Salak, North Aceh, Tourist Visit, Local Economic Development, Tourism Destinations, Tourism Facilities, Sustainability.