

INTISARI

Pasar Kakilangit merupakan salah satu atraksi wisata yang menjadi penyumbang jumlah wisatawan yang cukup banyak bagi Desa Wisata Kakilangit, meskipun hanya dapat dikunjungi pada hari Sabtu dan Minggu pada pukul 06.00 - 12.00. Hal ini memantik peneliti untuk membuktikan adanya hubungan antara tingkat kesadaran merek dengan minat berkunjung kembali wisatawan ke Pasar Kakilangit. Mengingat, Pasar Kakilangit memiliki sosial media yang merupakan salah satu bentuk upaya peningkatan kesadaran merek wisatawan.

Penelitian ini dilakukan terhadap 114 wisatawan yang sesuai dengan kriteria secara *online* dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa tingkat kesadaran merek memiliki korelasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pasar Kakilangit.

Hasil dari penelitian ini memberikan pemahaman tentang minat berkunjung kembali wisatawan ke Pasar Kakilangit yang dilihat dari tingkat kesadaran mereknya. Serta memberikan solusi yang dapat dilakukan oleh pengelola Pasar Kakilangit untuk meningkatkan tingkat kesadaran merek wisatawan terhadap Pasar Kakilangit.

Kata Kunci: Pasar Kakilangit, Tingkat Kesadaran Merek, Minat Berkunjung Kembali, Desa Wisata Kakilangit

ABSTRACT

Pasar Kakilangit, a notable tourist spot, draws a significant number of visitors to the village, albeit accessible only on Saturdays and Sundays from 06.00 to 12.00. This led researcher to investigate the connection between brand awareness and tourists' intention to revisit the market. Notably, Pasar Kakilangit employs social media as a means to enhance its brand awareness among tourists.

This study collected 114 tourists with specific criterias through an online questionnaire, utilizing quantitative descriptive methods. Findings revealed a correlation between brand awareness levels and tourists' intention to revisit Pasar Kakilangit. Moreover, the study suggests strategies for Pasar Kakilangit managers to elevate brand awareness among tourists and enhance their interest in revisiting Pasar Kakilangit.

Keyword: Pasar Kakilangit, Brand Awareness, Tourist Revisit Intention, Desa Wisata Kakilangit