

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan komoditi yang dikembangkan dan diandalkan sebagai salah satu alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berpengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Industri Pariwisata merupakan kegiatan yang tidak mengenal batas ruang dan wilayah (*borderless*). Pengaruh globalisasi akibat perkembangan teknologi informasi yang diikuti dengan kemudahan akses membuat pergerakan manusia menjadi lebih cepat, lebih bervariasi, lebih nyaman, lebih ekonomis dan lebih mudah untuk melakukan wisata.

Beberapa negara mengandalkan industri pariwisata sebagai pendapatan utamanya (sektor yang diandalkan untuk perkembangan ekonomi). Mereka mengemas dan mengeksploitasi potensi obyek dan tujuan wisatanya secara sistematis, terprogram, terencana, konsisten, *integrated* dan holistik untuk menarik wisatawan agar mampu bersaing dengan destinasi lain. Berbagai kemudahan, fasilitas, pelayanan prima, kemudahan klaim dan regulasi dijadikan sebagai alat promosi. Komitmen yang tinggi dengan perencanaan yang berkelanjutan (*sustainable*) serta penjagaan (pelestarian) yang benar menjadi ciri beberapa destinasi yang mampu bertahan. Mereka sadar akan konsekuensi yang akan diterimanya, apabila tidak menjaga potensi dan produk wisatanya secara komprehensif. Industri pariwisata memiliki konsumen (pasar) yang tak dapat diatur atau dipaksa agar pergi ke suatu destinasi tertentu. Kebebasan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tertentu bersifat absolut.

WTO (*World Tourism Organization*) memprediksi bahwa pertumbuhan Industri Pariwisata Dunia (*travel Industry*) adalah 4,2% pertahun dalam jangka waktu 10 tahun (2000 s/d 2010). WTTC (*World Travel & Tourist Council*) juga memprediksi tren perkembangan pariwisata tahun 2020, perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 milyar orang, 438 juta orang akan berkunjung ke kawasan Asia-pasifik dan 100 juta ke Cina.

Berdasarkan angka perkiraan tersebut, para pelaku pariwisata Indonesia seyogyanya melakukan perencanaan yang matang dan terarah untuk menjawab tantangan sekaligus menangkap peluang yang ada. Pemanfaatan peluang harus dilakukan melalui pendekatan *re-positioning* pariwisata dimulai dari investasi, promosi, pembuatan produk pariwisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas. Semua harus disiapkan untuk memenuhi standar internasional sehingga menjadi lebih kompetitif dan menarik.

Indonesia tahun 2006 menargetkan 5,5 juta kunjungan wisatawan mancanegara, dengan sasaran terbesar turis asal negara-negara Asia Tenggara. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (2006) menargetkan peningkatan jumlah kunjungan wisman ke Indonesia dari tahun ke tahun, dengan rincian tahun 2007 ditargetkan menjadi 6,6 juta atau meningkat 20% dari tahun 2006. Tahun 2008 diprediksikan naik lagi menjadi 8,18 juta, dan pada 2009 diharapkan menembus angka 10 juta wisman. Berikut tabel perbandingan jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sampai dengan tahun 2007.

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI INDONESIA 2000 - 2007

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA	RATA-RATA PENGELUARAN/ ORANG (US \$)		RATA-RATA LAMA TINGGAL	DEVISA (JUTA US \$)
		PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2002	5.033.400	893,26	91,29	9,79	4.496,13
2003	4.467.021	903,74	93,27	9,69	4.037,02
2004	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
2005	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.521,89
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia, 2008*

Taget kunjungan wisatawan tersebut dapat tercapai karena keunikan Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau dengan banyak suku dan kesenian serta kebudayaan yang beragam sehingga berpotensi sebagai tujuan wisata. Keanekaragaman tersebut merupakan kekayaan yang menjadi kekuatan dan peluang untuk lebih dikembangkan karena pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di negara Indonesia.

Jawa Barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki peranan cukup besar dalam pengembangan pariwisata dan devisa negara. Beragamnya jenis wisata di Jawa Barat menyebabkan jumlah kunjungan wisman ke kawasan ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut disajikan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Jawa Barat dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2007.

TABEL 1.2
**PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA DI PROVINSI
JAWA BARAT TAHUN 2003 – 2007**

WISATAWAN	Tahun				
	2003	2004	2005	2006	2007
MANCANEGARA	198,474	239,113	207,935	227,068	338,959
NUSANTARA	23,090,712	16,611,680	16,890,316	23,859,547	23,782,302
JUMLAH	23,289,186	16,850,793	17,098,251	24,086,615	24,121,261

Sumber : Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2008

Pada Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa tahun 2007 jumlah wisatawan meningkat dibanding tahun sebelumnya, hal itu dikarenakan tingkat minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata di Jawa Barat cukup tinggi. Daya tarik wisata di wilayah Provinsi Jawa Barat mencakup alam, seni budaya dan minat khusus, di mana potensi tersebut cukup beragam dan tersebar di Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Berikut tabel data objek dan daya tarik wisata di Provinsi Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan tahun 2008 melalui berbagai jalur di Jawa Barat.

TABEL 1.3
DATA PERINGKAT OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA DI PROVINSI JAWA BARAT
YANG PALING BANYAK DIKUNJUNGI WISATAWAN TAHUN 2008

NO	NAMA OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS ODTW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1.	Gn. Tangkuban Parahu	Kab. Bandung Barat	Alam	26,188	1,425,220	1,451,408
2.	Ciater	Kab. Subang	Alam	19,260	1,254,561	1,273,821
3.	Kebun Raya Bogor	Kota Bogor	Alam	122,768	978,249	1,101,017
4.	Makam Sunan Gunung Jati	Kab Cirebon	Budaya	50	856,800	856,850
5.	Desa Wisata Buni Hayu	Kab. Subang	Minat Khusus	0	744,400	744,400
6.	Taman Safari Indonesia	Kab. Bogor	Minat Khusus	8,837	718,437	727,310
7.	Situ Patenggang	Kab. Bandung	Alam	279	621,688	621,967
8.	Kebun Raya Cibodas	Kab. Bogor	Alam	734	503,539	504,273
9.	Trusmi	Kab. Cirebon	Minat Khusus	89	431,010	431,099
10.	Pamijahan	Kab. Tasikmalaya	Budaya	0	408,163	408,163
11.	Kawah Putih	Kab. Bandung	Alam	627	334,487	335,114
12.	Wisata Agro Gunung Mas	Kab. Bogor	Alam	2,230	316,218	318,448
13.	Cipanas Tarogong	Kab. Garut	Alam	336	314,967	315,303
14.	Air Panas Walini	Kab. Bandung	Alam	158	257,997	258,155
15.	Pangandaran	Kab. Ciamis	Alam	4,281	245,659	249,940
16.	Air Panas Cimanggu	Kab. Bandung	Alam	163	240,365	240,528
17.	Wana Wisata Gunung Puntang	Kab. Bandung	Minat Khusus	7	223,634	223,641
18.	Air Panas Cibolang	Kab. Bandung	Alam	62	202,448	202,510
19.	Kawah Kamojang	Kab. Bandung	Alam	62	202,448	202,510
20.	Curug Cijalu	Kab. Subang	Alam	0	181,845	181,845

Sumber : Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2008

Kabupaten Bandung adalah salah satu kawasan wisata di Jawa Barat yang memiliki beragam jenis dan daya tarik wisata alam yang banyak diminati wisatawan. Seperti yang disajikan pada Tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa

terdapat 8 objek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan. Jenis objek wisata yang dikunjungi adalah wisata alam, meliputi Gunung Tangkuban Parahu, Situ Patengan, Kawah Putih, Air Panas Ciwalini dan Cimanggu, Wana Wisata Gunung Puntang, Air Panas Cibolang dan Kawah Kamojang.

Wisata alam adalah bentuk rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan ekosistemnya baik dalam bentuk asli maupun setelah adanya perpaduan dengan daya cipta manusia. Pada objek wisata alam ini pengunjung dapat menikmati keindahan alam yang belum tercemar karena polusi, terhindar dari kesibukan kota dan kebisingan lalu lintas. Akibatnya tempat-tempat rekreasi di alam terbuka yang sifatnya masih alami dan dapat memberikan kenyamanan semakin banyak dikunjungi orang (wisatawan).

Wisatawan yang datang ke kota Bandung sebenarnya memiliki banyak pilihan tujuan destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Para wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung dapat menemukan hampir semua jenis wisata yang dapat dipilih untuk dinikmati baik itu wisata alam, budaya maupun wisata buaatannya. Misalnya, di Kabupaten Bandung terdapat objek wisata Kawah Putih, Situ Patengan dan keasrian Kebun Strawbery yang alami, di Kabupaten Bandung Barat terdapat Gunung Tangkuban Parahu dan Maribaya sebagai objek wisata andalan Kota Bandung, sedangkan di pusat kota, terdapat objek wisata budaya dan wisata belanja yang dapat dinikmati di beberapa daerah di Kota Bandung.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu kawasan wisata memiliki potensi pariwisata yang cukup besar karena terdapat banyak jenis wisata yang dapat menjadi alternatif pilihan wisatawan untuk berkunjung. Salah satu kekuatan pariwisata di Bandung adalah banyaknya jenis wisata alam di kawasan Bandung

Selatan yang dapat dijadikan sebagai kawasan wisata unggulan bagi pariwisata alam Kabupaten Bandung khususnya kawasan wisata Bandung Selatan. Sebagai gambaran banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bandung maka dapat dilihat pada Tabel 1.4 di bawah ini.

TABEL 1.4
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA DI KABUPATEN BANDUNG
TAHUN 2003 – 2007

WISATAWAN	TAHUN					r (%) 2006- 2007
	2003 (orang)	2004 (orang)	2005 (orang)	2006 (orang)	2007 (orang)	
1	2	3	4	5	6	7
NUSANTARA	1,509,722	1,711,155	1,988,795	2,405,923	3,277,073	36.21
MANCANEGERA	30,255	40,614	49,950	57,443	63,802	11.07
JUMLAH	1,539,977	1,751,769	2,038,745	2,463,366	3,340,875	47.28

Sumber : Disbudpar Kabupaten Bandung, data hasil olahan tahun 2008

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tahun 2007 jumlah wisnus meningkat dibanding tahun sebelumnya dan mengalami pertumbuhan sebesar 36,21%. Peningkatan tersebut dimungkinkan terdapat banyak pilihan daya tarik wisata alam di kawasan Kabupaten Bandung, khususnya di kawasan Bandung Selatan. Selain itu, meningkatnya pertumbuhan wisatawan di Kabupaten Bandung ini ada kaitannya dengan perubahan pola hidup masyarakat, meningkatnya taraf kehidupan serta semakin meningkatnya fasilitas sarana dan prasarana sehingga dapat menjangkau tempat-tempat dimanapun lokasi wisata berada. Berikut dapat dilihat objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.

TABEL 1.5
OBJEK WISATA DI KAWASAN BANDUNG SELATAN

No.	Nama Objek Wisata	JARAK PUSAT KOTA	STATUS PENGELOLA	JENIS ODTW		
				A	B	MK
II.	ZONA BANDUNG SELATAN :					
1	Situ Patengan Kec. Rancabali	46	Koperasi	x		
2	Air Panas Cimanggu Kec. Rancabali	45	Perhutani	x		
3	Gunung Tunduh Kec. Pangalengan	35	PTPN VIII	x		
4	Wana Wisata Gunung Tangsi Kec. Rancabali	40	Perhutani	x		
5	Kawah Putih Kec. Rancabali	44	Perhutani	x		
6	Wana Wisata Ranca Upas Kec. Rancabali	45	Perhutani	x		x
7	Wana Wisata Gunung Puntang Kec. Cimaung	32	Perhutani	x		x
8	Air Panas Cibolang Kec. Pangalengan	35	PTPN VIII	x		
9	Air Panas Walini Kec. Rancabali	50	PTPN VIII	x		
10	Situ Cileunca Kec. Pangalengan	32	Pemda/ PLN		x	
11	Mandala Wisata Kec. Pasirjambu	25	KUD	x		
12	Kawah Cibuni Kec. Rancabali	27	Perhutani	x		
13	Pranatirta Rancabali Kec. Rancabali	27	Koperasi	x		
14	Gambung Kec. Pasirjambu	28	PTPN VIII	x		
15	Situ Sipatahunan Kec. Baleendah	40	Desa	x		
16	Curug Cisabuk Kec. Rancabali	71	Desa	x		
17	Tirta Bidadari Kertamanah Kec. Cikalongwetan	41	Desa	x		
18	Tirta Camelia Kec. Pangalengan	37	PTPN VIII	x		
19	Bumi Alit Kec. Banjaran	18	Masyarakat		x	
20	Gunung Nini Kec. Pangalengan	58	PTPN VIII	x		
21	Gunung Padang Kec. Ciwidey	37	Perhutani	x		
22	Rumah Hitam Kec. Pangalengan	32	Masyarakat		x	
23	Taman Sari Alam Kec. Pasirjambu	2	Masyarakat	x		
24	Curug Ceret Kec. Pangalengan	4	Masyarakat		x	
25	Geotermal Magma Nusantara Kec. Pangalengan	7	Masyarakat		x	
26	Makam Boscha	7	PTPN VIII	x		

No.	Nama Objek Wisata	JARAK PUSAT KOTA	STATUS PENGELOLA	JENIS ODTW		
				A	B	MK
	Kec. Pangalengan					
27	Perkebunan Teh Malabar	5	PTPN VIII	x		
	Kec. Pangalengan					
28	Kp. Mahmud	10	Masyarakat	x		
	Kec. Margaasih					

Sumber : Disbudpar Kabupaten Bandung, data hasil olahan tahun 2008

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa keberagaman jenis wisata di kawasan Bandung Selatan membuat daya tarik wisata bagi wisatawan semakin tinggi. Sebagian besar pilihan wisatawan untuk berkunjung ke objek-objek wisata di kawasan Bandung Selatan adalah kemenarikan wisata alamnya yang asri dan belum tercemar oleh polusi. Akan tetapi, berdasarkan data dari pra penelitian dan didukung oleh beberapa informasi dari internet dan website, beragamnya kemenarikan objek wisata di Bandung Selatan ini kurang didukung oleh penyediaan sarana penunjang untuk berwisata. Wisatawan yang mengunjungi objek wisata hanya merasa terpenuhi keinginan untuk menikmati keasrian suatu objek wisata tanpa dipenuhi kebutuhan untuk aktivitas lainnya karena kondisi dan ketersediaan fasilitas wisata yang kurang memenuhi. Oleh karena itu, peningkatan tingkat kunjungan ke kawasan Kabupaten Bandung ini sebagian besar dikarenakan beragamnya objek wisata sehingga dijadikan sebagai preferensi (pilihan) oleh wisatawan.

Kawasan Bandung Selatan memiliki 4 kecamatan yaitu: Ciwidey, Pangalengan, Majalaya dan Banjaran dengan jumlah 28 daya tarik wisata alam yang tersebar di 4 kawasan tersebut. Masing-masing daerah memiliki daya tarik yang berbeda yang diminati pengunjung karena keunikan objek wisatanya. Keunikan tersebut terdiri dari kawah, gunung, situ, pemandian air panas, penangkaran rusa, curug serta perkebunan teh atau strawbery yang masih alami.

Keunikan yang dimiliki objek-objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan tersebut menjadi pilihan (preferensi) ketika pengunjung akan melakukan wisata. Penetapan preferensi tersebut didasarkan oleh beberapa faktor yang mungkin akan dijadikan sebagai pertimbangan, diantaranya adalah motivasi kunjungan, kesukaan, lokasi untuk menempuh objek wisata, aksesibilitas, fasilitas dan lain sebagainya.

Sudibyo (2002:4) dalam jurnal *Preferensi Konsumen dalam Memilih Maskapai Penerbangan Rute Surabaya-Jakarta*, menyatakan bahwa “preferensi wisatawan merupakan nilai-nilai yang dianut wisatawan dalam menghadapi berbagai bentuk konflik dalam lingkungannya. Konflik ini tidak harus konflik dalam bentuk fisik, namun pengertian konflik yang dimaksudkan meliputi konflik dalam arti perbedaan antara harapan dengan realisasi yang dirasakan dari permasalahan yang dihadapi”.

Berdasarkan pengertian preferensi di atas, dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan merupakan pertimbangan keputusan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu faktor selera, motivasi, fasilitas, lokasi, aksesibilitas, tarif harga serta jam kunjungannya (diadaptasi dari Stanton (1996:165).

Faktor-faktor pemilihan objek wisata tersebut dijadikan patokan ketika wisatawan disuguhkan pada beberapa pilihan jenis wisata di kawasan Bandung Selatan. Dari 28 objek wisata yang ada di kawasan sekitar Bandung Selatan, terdapat 9 objek wisata unggulan yang dijadikan sebagai preferensi ketika melakukan kunjungan. Preferensi objek wisata tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.6 sebagai objek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan di kawasan Bandung Selatan pada tahun 2008.

TABEL 1.6
OBJEK WISATA DI KAWASAN BANDUNG SELATAN YANG PALING BANYAK
DIKUNJUNGI WISATAWAN TAHUN 2008

No	Objek Wisata	Jenis Wisata	Jumlah Kunjungan Th 2008 (orang)	
			WISMAN	WISNUS
1.	Kawah Putih	Alam	627	334.487
2.	Pemandian Air Panas Cimanggu	Alam	163	240.365
3.	Air Panas Rancawalini	Alam	158	257.997
4.	Bumi Perkemahan Rancaupas	Minat Khusus	21	128.341
5.	Situ Patengan	Alam	279	621.668
6.	Air Panas Cibolang	Alam	62	202.448
7.	Malabar	Alam	187	102.992
8.	Wana Wisata Gunung Puntang	Alam	7	223.634
9.	Kawah Kamojang	Alam	62	202.448

Sumber : Disbudpar Kabupaten Bandung, data hasil olahan tahun 2008

Berdasarkan data jenis objek wisata di Kabupaten Bandung Selatan di atas, dapat diketahui bahwa keberagaman jenis wisata dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu kawasan wisata. 9 objek wisata unggulan tersebut tersebar di 4 kecamatan yaitu Kawah Putih, Air Panas Cimanggu dan Ciwalini, Rancaupas serta Situ Patengan di Kecamatan Ciwidey, Air Panas Cibolang dan Malabar di Kecamatan Pangalengan, Wana Wisata Gunung Puntang di Kecamatan Banjaran dan Kawah Kamojang di Kecamatan Majalaya. Terdapat persamaan ciri dan tipe objek wisata di kawasan tersebut, diantaranya kawah, air panas, dan gunung.

Berdasarkan persamaan jenis wisata tersebut, peneliti mengambil satu objek pada tiap wilayah dengan tipe yang berbeda dan tingkat kunjungan yang paling tinggi sebagai objek dalam penelitian ini, yaitu : Kawah Putih di kecamatan Ciwidey, Air Panas Cibolang di kecamatan Pangalengan dan Wana Wisata Gunung Puntang di kecamatan Banjaran.

Tiga TWA (Taman Wisata Alam) unggulan yang berada di kawasan Bandung Selatan tersebut menjadi destinasi utama wisatawan berkunjung ke

Kabupaten Bandung. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kunjungan yang tinggi di wilayah tersebut dibanding objek wisata lainnya.

Jenis wisata yang berbeda menjadi preferensi wisatawan untuk menentukan pilihan pada objek wisata yang disenangi. Selain daya tarik di setiap objek wisata, kenyamanan lokasi wisata menjadi salah satu faktor untuk menarik wisatawan berkunjung ke kawasan Bandung Selatan. Selain itu, tarif masuk yang dikenakan bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di kawasan Bandung Selatan tergolong ekonomis, sehingga dapat dijadikan referensi bagi wisatawan ketika akan memilih objek di kawasan wisata lain.

Preferensi wisatawan dalam menentukan pilihan pada salah satu objek wisata akan diikuti oleh proses pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat dengan premis yang dikemukakan oleh Paul Peter & Jerry C. Olson (2000:169) bahwa “Untuk keputusan pembelian, termasuk dalam alternatif pilihan (preferensi) adalah berbagai kelas produk, bentuk produk, merek atau model yang dipertimbangkan konsumen untuk dibeli. Pengaruh lain yang dipertimbangkan adalah lokasi yang akan dikunjungi, waktu yang tepat untuk berkunjung atau metode pembayarannya”.

Berdasarkan premis di atas, dapat diketahui bahwa terdapat keterkaitan antara proses keputusan pembelian dengan preferensi yang akan dipilih oleh konsumen. Konsep wisata alam yang ditawarkan oleh pengelola objek wisata di sekitar kawasan Bandung Selatan menjadi daya tarik unggulan dibandingkan kawasan wisata lainnya di Bandung. Keanekaragaman jenis wisata yang ada di Bandung Selatan menjadi preferensi bagi wisatawan untuk datang dan menikmati

objek wisata di kawasan tersebut, jenis wisata yang ditawarkan meliputi wisata alam, buatan, ataupun minat khusus. Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu diadakan suatu penelitian mengenai **“PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ALAM DI KAWASAN BANDUNG SELATAN”** (Survei Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih, Air Panas Cibolang, serta Gunung Puntang).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi wisatawan pada objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.
2. Bagaimana keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.
3. Seberapa besar pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Preferensi wisatawan pada objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.
2. Keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata alam kawasan Bandung Selatan.

3. Pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata alam di kawasan Bandung Selatan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini dapat memperluas kajian ilmu pemasaran *hospitality*, khususnya mengenai preferensi wisatawan dan keputusan berkunjung serta dapat memberikan masukan pada peneliti dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah Kabupaten Bandung mengenai gambaran preferensi wisatawan terhadap objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam pengembangan kawasan wisata dalam upaya meningkatkan kunjungan ke kawasan wisata Kabupaten Bandung khususnya Bandung Selatan.