

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Daya tarik wisata adalah salah satu faktor utama yang dapat menarik dan meningkatkan niat seseorang untuk melakukan kegiatan wisata. Menurut Aprilia et al. (dalam Nurbaeti et al., 2021) daya tarik wisata dapat berupa keunikan, keindahan, kekayaan alam dan budaya serta atraksi wisata. Saat ini sudah banyak berbagai daya tarik wisata yang bisa dikunjungi oleh para wisatawan dan menjadi tujuan perjalanan wisata. Wilayah yang memiliki potensi wisata yang tinggi dimana ditandai dengan banyaknya jumlah daya tarik wisata alam, buatan maupun lainnya maka besar kemungkinan akan menimbulkan tingkat persaingan yang ketat antara daya tarik wisata.

Tingginya tingkat persaingan membuat pengelola wisata berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas di daya tarik wisata dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke daya tarik wisata tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa saat ini tantangan bagi pengelola dalam menghadapi banyaknya daya tarik wisata lain (*competitor*) yaitu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang dibuktikan dengan kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan setiap tahunnya. Daya tarik wisata yang *sustainable* secara bisnis yaitu tidak terlepas dan akan mengandalkan kunjungan wisatawan. Pada dasarnya *maintain* wisatawan *repeater* lebih sulit dibandingkan dengan mengundang wisatawan baru, sama seperti yang dikatakan oleh Kurniawan & Lubis, (2013) bahwa menjaga atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit daripada mencari pelanggan yang baru. Oleh karena itu pengelola perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung maupun berkunjung kembali ke suatu daya tarik wisata.

Menurut Kawatu et al. (2020) salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan berulang adalah tingkat kepuasan wisatawan, artinya untuk mendatangkan banyak wisatawan *repeater* maka suatu daya tarik wisata harus dapat menciptakan dan memberikan kepuasan bagi pengunjung, Sebab, seandainya

wisatawan merasa puas saat melakukan kunjungan wisata, maka pandangan positif terhadap jasa dan produk wisata akan tercipta dan akan mendorong motivasi kunjungan berulang. Tingginya tingkat persaingan menyebabkan perusahaan harus mempunyai strategi yang kuat untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang setia adalah sebuah aset berharga karena berdampak positif terhadap pembelian produk yang pada akhirnya juga akan meningkatkan angka penjualan (Fathin *et al.*, 2022)

Menurut Aprilliani *et al.* (2022) dalam bidang jasa, kepuasan pelanggan adalah elemen yang sangat penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut dapat meningkatkan intensitas pelanggan dalam melakukan pembelian. Memahami kepuasan pengunjung dalam bidang usaha pariwisata adalah sebuah keharusan dan hal yang sangat penting. Apabila tingkat kenyamanan di bawah harapan maka akan menimbulkan kekecewaan bagi pengunjung, namun apabila tingkat kenyamanan sesuai dengan apa yang diharapkan maka pengunjung akan merasa senang, dan apabila tingkat kenyamanan lebih tinggi dengan apa yang diharapkan maka akan menimbulkan perasaan yang sangat puas dan bahagia. (Falaq *et al.*, 2022). Semakin baik suatu objek wisata maka akan terbentuk kepuasan wisatawan serta semakin dikenal pula oleh wisatawan jika menghasilkan rekomendasi yang positif.

Menurut Indrasari (2019), terdapat lima aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga, kualitas produk, biaya, citra emosional, dan kualitas layanan. Persepsi harga merupakan salah satu unsur penting yang menghasilkan kepuasan bagi konsumen (Aprilliani *et al.*, 2022). Kemudian Wijaya & Sujana (2020) juga mengungkapkan bahwa selain kualitas layanan, persepsi harga juga menjadi faktor yang harus diperhatikan saat mencoba meningkatkan kepuasan konsumen. Loyalitas dan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk biaya dan kualitas produk. Dilihat dari segi harga, konsumen tentunya akan memilih harga yang rendah namun memiliki kualitas yang baik, dari hal ini maka akan terbentuknya kepuasan dan loyalitas konsumen (Pramudita *et al.*, 2022). Kepuasan pengunjung akan muncul apabila biaya yang dikeluarkan sesuai dengan keuntungan atau manfaat yang didapat (Berliana, 2022).

Persepsi harga dapat menjadi faktor penentu yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, Seperti yang diungkapkan dalam penelitian Falaq *et al.* (2022) bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh persepsi harga, sebab harga yang baik dapat menciptakan loyalitas dan kepuasan pengunjung. Semakin terjangkau harga di daya tarik wisata, maka akan semakin mempengaruhi pengunjung untuk berwisata ke daya tarik wisata tersebut. Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Rahmayanti *et al.* (2022) bahwa persepsi harga dapat menjadi penentu terhadap kepuasan konsumen, apabila harga dianggap masuk akal maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu harga juga termasuk aspek dalam bauran pemasaran yang berpengaruh dalam menciptakan kepuasan bagi pengunjung. Dimana dalam penelitiannya, persepsi harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan, menyiratkan bahwa semakin baik wisatawan dalam mempersepsikan harga dari daya tarik wisata, maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan pengunjung.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga menjadi sebuah pertimbangan bagi wisatawan baru dan wisatawan *repeater* dalam memilih daya tarik wisata yang akan dikunjunginya. Pengunjung akan merasa puas jika harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang mereka rasakan, dan kepuasan tersebut akan berdampak positif dalam memotivasi pengunjung untuk datang kembali ke daya tarik wisata/melakukan pembelian ulang (Setiani, 2022). Sebaliknya apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialami pengunjung saat berwisata, maka produk yang ditawarkan tersebut dianggap mahal dan kemudian membuat konsumen berpikir ulang terhadap aspek kepuasan konsumen (Krisnanda & Rastini, 2018). Dengan demikian persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dalam berwisata di sebuah daya tarik wisata.

Kabupaten Bandung Barat adalah wilayah di Jawa Barat yang memiliki potensi wisata yang tinggi. Banyak sekali tempat wisata di KBB yang dapat dikunjungi wisatawan, mulai daya tarik wisata buatan (*artificial*) yang modern, daya tarik wisata gabungan antara alam dan buatan, maupun daya tarik wisata alam yang menawarkan keindahan alamnya. Berdasarkan data yang tertera pada laman

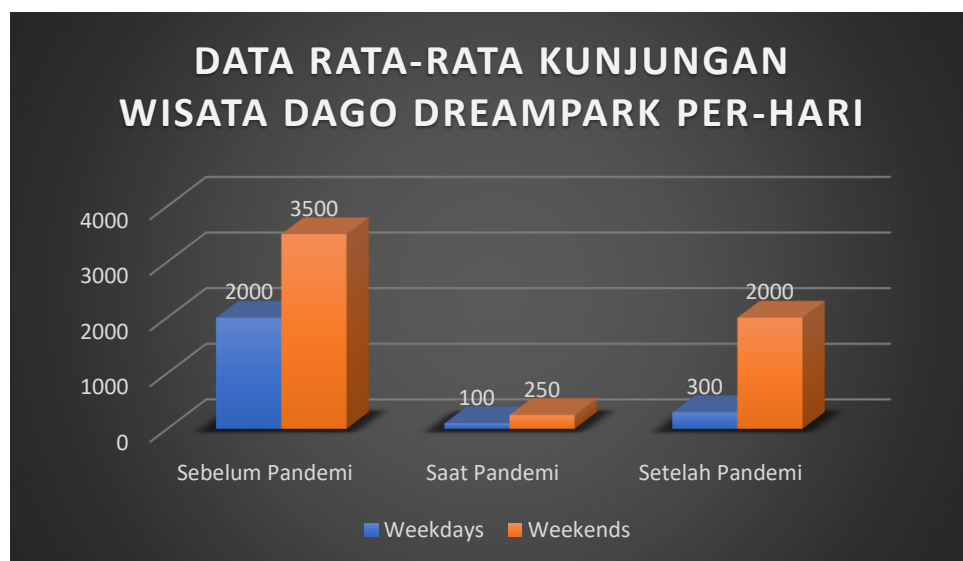
[bandungbaratkab.go.id](http://bandungbaratkab.go.id), di Kabupaten Bandung Barat terdapat 41 daya tarik wisata yang mengusung konsep gabungan antara wisata alam dan buatan, salah satunya yaitu Dago Dreampark.

Berdasarkan *website dagodreampark.co.id* diperoleh informasi bahwa Dago Dreampark adalah daya tarik wisata yang terletak di Kabupaten Bandung Barat, dimana sudah beroperasi sejak tahun 2016. Pihak pengelola mengatakan bahwa Dago Dreampark termasuk ke dalam daya tarik wisata yang menggabungkan konsep wisata alam dan wisata buatan (*artificial*) karena kawasan wisata ini menawarkan antara kesejukan, keindahan pemandangan dan wisata buatan (wahana). Dago Dreampark menyediakan banyak sekali wahana bermain yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Disamping itu tersedia juga *function room* yang dapat disewa oleh pengunjung untuk berbagai macam kegiatan kelompok.

Tertera juga dalam *website* resmi [dagodreampark.co.id](http://dagodreampark.co.id) bahwa jam operasional DDP ini dimulai dari jam 09.00 – 17.00 (*Weekdays*) dan 08.00 – 18.00 (*Weekend*). Apabila pengunjung ingin berwisata di DDP, pengunjung harus membayar tiket masuk sebesar Rp.30.000 (*Weekdays*) dan Rp.35.000 (*Weekend*). Tiket masuk yang dibayarkan tersebut sudah *include* 5 wahana yaitu *coral land*, gembok cinta, *love island*, kuda kencana dan kampung dayang sumbi.

Selain wahana di atas, sebetulnya masih banyak sekali wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Wahana di Dago Dreampark sangat beragam dan bervariasi oleh karena itu dibagi menjadi 4 kategori wahana mulai dari wahana A (*tingkerbell wings, giant ella, sky line, sky tree, sapu sihir, cloudy costle, bird nest, perahu kora, feeding animal* dan *reptile photo shot*) dengan harga Rp.20.000/wahana. Wahana B (*flying longue, up house, aladin's carpet, paragliding, love seat, horse around, sky bike, flying fox, hook a fish, rumah hantu, hot rider, gear up, pine house* dan *row a boot*) dengan harga RP.30.000/wahana. Berbeda dengan wahana A dan B, wahana jenis C memiliki harga yang berbeda-beda tergantung pada jenis wahana dan durasi permainan yaitu mulai dari harga Rp. 20.000, Rp.30.000, Rp.35.000, Rp.60.000, Rp.100.000 dan Rp.120.000 (*tarzan cross halfway dan fullway, pointball, battle archery, carnival madagascar. archery, big foot, ATV, monster cross, dan monster boogie*). Sedangkan wahana jenis D

adalah wahana yang tidak berbayar atau gratis (sudah termasuk ke dalam tiket masuk). Untuk dapat menikmati wahana-wahana tersebut, pengunjung bisa membayar harga wahana satuan maupun tiket wahana terusan sebesar Rp.100.000. Mengingat bahwa angka kunjungan wisata sangat berperan penting dalam keberlangsungan suatu bisnis pariwisata, maka dari itu berikut ini merupakan gambar grafik kunjungan wisata di Dago Dreampark :



**Gambar 1. 1**

### **Grafik Data Kunjungan Wisata**

*Sumber: Pihak Marketing Dago Dreampark*

Dilihat dari Gambar 1.1, sebelum adanya pandemi (pra pandemi) angka kunjungan per hari di Dago Dreampark mencapai 1.500-2000 orang (*weekdays*) dan 3500 orang (*weekend*). Kemudian saat pandemi *covid-19*, angka kunjungan wisata menurun sangat drastis daripada periode waktu sebelumnya, dimana angka kunjungan wisata per hari hanya mencapai 100 orang (*weekdays*) dan 250 orang (*weekend*). Tetapi setelah pandemi (pasca pandemi) angka kunjungan wisata sedikit demi sedikit kembali membaik yaitu mencapai 300 orang (*weekdays*) dan 2000 (*weekend*) meskipun angka tersebut tidak sebanyak atau tidak setinggi angka kunjungan sebelum pandemi *covid-19* (pra pandemi). Namun selain karena faktor pandemi *covid-19*, menurunnya angka kunjungan tersebut juga tidak terlepas dari minat berkunjung kembali yang rendah dari pengunjung/wisatawan, hal ini terjadi

karena berbagai faktor penyebab yang dapat dilihat dari ulasan pengunjung mengenai pengalamannya saat berwisata di Dago Dreampark.

Jika dilihat dari ratingnya, pada Tabel 1.1, diketahui bahwa Dago Dreampark memiliki rating di *Google Review* sebesar 4.2 dan menduduki urutan terakhir dari 10 daya tarik wisata populer di Kabupaten Bandung Barat.

**Tabel 1. 1**

**Rating & Harga Daya Tarik Wisata di Kabupaten Bandung Barat**

No	Daya Tarik Wisata	Rating	Harga
1.	Lembang Park Zoo	4.7	Tiket masuk : Rp.50.000/ Rp. 70.000 ( <i>weekdays/weekend</i> )
2.	Orchid Forest	4.6	Tiket masuk : Rp. 40.000 Range harga wahana : 10.000 – 50.000
3.	Sarae Hills	4.6	Tiket masuk – <i>all package</i> : Rp. 50.000 - Rp. 90.000
4.	Floating Market	4.5	Tiket masuk reguler – tiket masuk paket 3 : Rp. 35.000 – Rp. 60.000 Range harga wahana : 10.000 – 60.000
5.	The Great Asia Africa	4.5	Tiket masuk : Rp. 50.000
6.	Farm House	4.4	Tiket masuk : Rp. 35.000
7.	Kebun Begonia	4.4	Tiket masuk : Rp. 25.000
8.	Terminal Grafika Cikole	4.4	Tiket masuk : Rp. 20.000 Tiket terusan : Rp. 50.000 Range harga wahana 15.000 – 80.000
9.	Fairy Garden By The Lodge	4.3	Tiket terusan : Rp. 100.000 Range harga wahana : 20.000 – 50.000
10.	Dago Dreampark	4.2	Tiket masuk : Rp.30.000 – 35.000 Tiket terusan : Rp. 100.000 Range harga wahana : 20.000 – 120.000

*Sumber : Google Review, klook.com dan travelspromo.com, travel.kompas.com, sikidang.com (2023)*

Selain dicantumkan mengenai perbedaan rating antar daya tarik wisata tersebut, disertakan juga uraian harga dari masing-masing daya tarik wisata dalam tabel untuk melihat bagaimana daya saing harga antar 10 daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Dago Dreampark sebetulnya memiliki harga yang tidak jauh berbeda seperti daya tarik wisata lainnya yaitu dengan menetapkan harga sebesar Rp.30.000 – Rp.35.000 untuk tiket masuk dan Rp.100.000 untuk tiket terusan, namun dilihat juga dari tabel

diatas diketahui bahwa harga yang ditawarkan memiliki perbedaan khususnya pada harga wahana satuan DDP yang sedikit lebih mahal dari 9 daya tarik wisata lainnya.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, meskipun banyak variasi wahana yang ditawarkan di DDP, pengunjung harus membayar kembali tiap wahana yang ingin dinaiki/dinikmati. Karena selain wahana jenis D, wahana-wahana lainnya belum termasuk ke dalam tiket masuk yang sudah dibayarkan di awal, hal inilah yang membuat DDP masih mendapatkan ulasan negatif dari beberapa pengunjung sehingga menyebabkan Dago Dreampark berada di urutan bawah dan belum bisa menempati peringkat atas khususnya dalam hal *rating* dan ulasan pengunjung. Beberapa ulasan tersebut diuraikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. 2**  
**Ulasan Mengenai Harga di Dago Dreampark**

No	Nama Akun	Ulasan	Sumber
1.	Ronald Napitupulu	“Mengecewakan, ternyata wajib beli tiket masuk dulu 30rb, baru beli tiket terusan terpisah, beli tiket terusan juga gak ada gunanya, tohh di dalam juga mainnya bayar lagi. Yang termasuk tiket terusan banyak syarat menjebaknya. Dikasih kupon katanya bisa dituker diskon makanan, eh sampe di bawah dibilang bisanya diskon yang diatas, muter-muter pingpong gak jelas. Pertama & terakhir, tidak rekomendasi. Banyak syarat yang ribet & membingungkan”	<i>Google Review</i>
2.	Rahmadi Ikhsan	“Luas banget, Cuma setiap permainan bayar dan perorang lumayan harganya”.	<i>Google Review</i>
3.	Safina Armelia	“Ga keurus, serem banget jujur, ini <i>honest review</i> beneran deh. Karyawan banyak tapi gaada yang jaga di tempat <i>free</i> wahana (wahana yang udah <i>include ticket</i> ) kaya <i>anti gravity</i> dll. Buat harga tiket 35rb/orang sangat amat tidak worth it”.	<i>Google Review</i>
4.	Andre Mehong	“Tempatnya menyegarkan dan konsepnya bagus tapi rasanya sangat mahal (tentu saja menurut saya). Anda harus membayar di hampir setiap fasilitas dan aktivitas yang ingin anda lakukan, saya tahu beberapa diantaranya	<i>Google Review</i>

No	Nama Akun	Ulasan	Sumber
		gratis tetapi hanya sedikit dan tidak ada yang istimewa. Mungkin jika spot foto yang mereka buat gratis akan menarik lebih banyak pengunjung atau pengunjung akan kembali lagi di lain waktu (sekali lagi, itu hanya pendapat saya)".	
5.	arief ramadhan	"Ini benar-benar tempat yang bagus untuk dikunjungi, di sisi gunung dengan angin sejuk dan udara segar. Namun terlalu mahal, tiket masuknya hanya untuk masuk saja, anda tidak mendapatkan apa-apa selain stiker murah dan <i>souvenir</i> buruk yang bisa anda dapatkan hanya dengan 1000 atau 2000 rupiah. Tempatnya juga kurang terawat. Kualitas makanan di area makanan juga buruk, murah tapi kualitasnya rendah, jangan berharap terlalu banyak. Tertawa terbahak-bahak. Jadi saya tidak akan merekomendasikan tempat ini sama sekali, maaf"	<i>Google Review</i>
6.	Romy Zulkaiman	"Entah kenapa tidak ada penawaran tiket terusan di pintu masuk, jadi di setiap wahana harus antre demi beli tiket individual. Dan antrean pun tidak tertib".	<i>Google Review</i>
7.	Shifan Windraya	"tidak ada informasi dari karyawan yang jelas. tiket terusan itu ternyata paket minimalis, misal <i>tarzan cross</i> ternyata cuma setengah rute. <i>archery</i> cuma dapat 4 <i>arrow</i> , kalo reguler 6 <i>arrow</i> . Terus pas mau naik atv, infonya bisa di atas atau di bawah. eh udah naik ke atas ternyata gak bisa, harus yang ke bawah".	<i>Google Review</i>
8.	Timmy Fatimah	"Tempatnya bagus pemandangannya juga bikin adem, cocok buat foto-foto dan pemotretan <i>prewed</i> . tapi sayang gak pakai tiket terusan, setiap mau naik wahana harus bayar lagi dan menurut saya harganya tidak wajar, jadi kayak pemorotan gitu. Pokoknya kalau mau kesana harus bawa uang banyak biar bisa coba semua wahana".	<i>Google Review</i>



No	Nama Akun	Ulasan	Sumber
9.	Y h	“Petugas bus wara wiri nya tidak ramah, jika tidak beli tiket terusan dikenakan biaya 10rb, per orang. tempat ini bukannya taman tapi tempat buat selfie, semua objek/wahana dikenakan biaya 30ribu-40ribu. kapok ah”.	<i>Google Review</i>
10.	Cibi	“ <i>Not so bad.</i> Mungkin yang udah kesana sepertinya udahlah ya, mungkin gak akan kesana lagi. Kalo buat anak-anak mungkin seru, ada taman keluarga. spot taman edukasi, ada juga spot foto adrenalin, tapi tiap spot foto adrenalin ditarif 20 ribu sampai 30 ribu. Fotonya ya ala-ala permadani terbang, paralayang, ayunan terbang. Tiket masuk bisa ditukar sama <i>souvenir</i> berupa stiker Dago. Setiap 2 kupon tiket spot foto adrenalin, dapat ditukar dengan es krim aice. Keliling-keliling Dago Dreampark yang luas, bisa pakai bis yang khusus ada disitu, biayanya 10 ribu per org”.	<i>Tripadvisor</i>

Sumber: *Google Review & Tripadvisor (diakses pada tanggal 9 Maret 2023)*

Dari Tabel 1.2, diketahui bahwa meskipun Dago Dreampark merupakan satu diantara banyaknya daya tarik wisata yang cukup terkenal karena memiliki tempat yang luas dan juga wahana yang menarik, tetapi sayangnya masih terdapat keluhan dan persepsi kurang baik dari pengunjung terkait dengan harga tiket masuk maupun wahana yang dianggap cukup mahal dan tidak sepadan dengan apa yang didapatkan. Adanya keluhan-keluhan tersebut maka tidak menutup kemungkinan mempengaruhi kepuasan pengunjung dalam berwisata di Dago Dreampark.

Berdasarkan penelitian Saputro *et al.* (2020) disimpulkan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Pada penelitian Falaq *et al.* (2022) juga dihasilkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Tangkuban Perahu Bandung Jawa Barat. Sejalan dengan penelitian di atas, dalam penelitian Seftavia *et al.* (2021) juga dihasilkan bahwa variabel persepsi harga pada objek wisata Danau Shuji Desa Lembak saat wabah *covid-19*, memiliki dampak yang positif signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Kemudian dalam

penelitian Tahir & Istriani (2020) juga dihasilkan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sebab tarif masuk yang wajar atau cenderung murah yang sesuai dengan keinginan pengunjung serta sesuai dengan yang didapatkan menjadi tolak ukur kepuasan pengunjung.

Berbeda dengan keempat penelitian di atas, dalam penelitian Aprilliani *et al.* (2022) justru menunjukkan hasil bahwa persepsi harga dan fasilitas ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Water Garden Hotel Candidasa. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Sujana (2020) yang juga menghasilkan bahwa persepsi harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di The Jungle Waterpark.

Melihat adanya perbedaan hasil antara penelitian-penelitian sebelumnya terkait pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung dan juga belum terdapat penelitian mengenai pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Dago Dreampark, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Dalam Berwisata Di Dago Dreampark”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap harga yang ditawarkan di Dago Dreampark?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung ketika berwisata di Dago Dreampark?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung Dago Dreampark?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi persepsi pengunjung terhadap harga di Dago Dreampark.
2. Mengidentifikasi tingkat kepuasan pengunjung ketika berwisata di Dago Dreampark.

3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung Dago Dreampark.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan terkait persepsi harga dan kepuasan berkunjung serta menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Sebagai salah satu bentuk pengaplikasian ilmu perkuliahan yang telah dipelajari, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan, pemahaman dan pengalaman.

2. Bagi pengelola

Diharapkan hasil temuan ini dapat menjadi rekomendasi dan saran bagi pihak pengelola daya tarik wisata dalam membuat dan mengembangkan inovasi baru terkait peningkatan strategi dan evaluasi terkait harga yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Dago Dreampark.

3. Bagi masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga dan mengembangkan tempat wisata di Kabupaten Barat maupun di wilayah lainnya dengan membenahi kekurangan yang diketahui dari penelitian ini.

#### **1.5 Sistematika Penelitian**

Urutan penulisan dalam penelitian ini adalah:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi kajian teori, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat tentang objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, proses pengembangan instrumen dan teknik analisis data.

**BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil temuan penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diperoleh melalui observasi lapangan, survei, wawancara dan dokumentasi.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak.