

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata dan olahraga merupakan elemen kunci dari budaya saat ini dan memberikan pengaruh yang sangat spesifik pada perilaku masyarakat. Dimensi yang diperoleh dari kedua kegiatan ini telah menghasilkan kontribusi yang menentukan terhadap pembangunan ekonomi dan sosial di suatu negara atau daerah. Berkembangnya wisata olahraga terjadi karena adanya realitas permintaan wisatawan untuk memperoleh pengalaman olahraga (*sport experience*) yang kemudian direspon oleh industri. Wisata olahraga telah mendapat perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademisi dan juga masyarakat luas (Hinch & Higham, 2004:3).

Pemerintah Indonesia pun merespon positif terhadap hal ini. Setelah fokus mengembangkan tujuh jenis wisata minat khusus yang salah satunya adalah wisata olahraga rekreasi di tahun 2013, kini pada tahun 2014 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menginisiasi penyelenggaraan *Wonderful Adventure Indonesia: Asia Pacific 2014* yang diselenggarakan di Bali dan Nusa Tenggara pada bulan Mei 2014. Peluncuran *event* ini terdorong atas suksesnya Indonesia saat menjadi tuan rumah di kegiatan Borobudur *Interhash* 2012 di Magelang (sumber: *Travel Club Magazine Online Version XI/28/2013*). Selain itu, banyak juga *event-event* wisata olahraga internasional yang telah diselenggarakan oleh Kemenparekraf untuk meningkatkan promosi dan memperkenalkan destinasi wisata olahraga potensial di Indonesia seperti *Tour de Bintan*, *Tour de Ijen*, *Tour de Singkarak*, Festival Teluk Jailolo, Jakarta *Marathon Festival*, dan lain-lain.

Soraya Rizki Amelia, 2014

*Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu)

Tema yang diusung oleh Kemenparekraf dalam *event Wonderful Adventure Indonesia 2014* adalah tema petualangan (*adventure*). *Adventure tourism* (wisata petualangan) memang bagian dari wisata olahraga karena memadukan aktivitas fisik yang dilakukan di alam terbuka (Hinch & Higham, 2004:23).

Salah satu provinsi di Indonesia yang tengah mengembangkan wisata petualangan berbasis olahraga yaitu Provinsi Jawa Barat. Potensi alam yang dimiliki Jawa Barat berupa gunung yang dapat dijadikan tempat untuk *hiking* (pendakian), pantai untuk *surfing* (berselancar), sungai untuk *rafting* (arung jeram), dan masih banyak potensi lainnya merupakan modal utama yang dapat dikembangkan untuk wisata petualangan.

Wisata petualangan merupakan salah satu segmen wisata yang saat ini sedang berkembang pesat. Salah satu daerah di Jawa Barat yang dikenal sebagai daerah tujuan wisata petualangan yaitu Kabupaten Sukabumi. Sukabumi termasuk kedalam kawasan wisata minat khusus Jabar Selatan, kawasan tersebut merupakan salah satu dari sembilan kawasan wisata unggulan di Provinsi Jawa Barat yang terdapat dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Jawa Barat. Kondisi geografis Sukabumi yang bergunung, berbukit, dan bergelombang menyuguhkan panorama alam yang mendukung untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata petualangan. Kabupaten Sukabumi merupakan kabupaten terluas di Jawa dan Bali, serta memiliki objek wisata terbanyak di Provinsi Jawa Barat. Tabel 1.1 berikut merupakan daftar objek wisata yang ada di Kabupaten Sukabumi.

**TABEL 1.1**  
**DAFTAR OBJEK WISATA DI KABUPATEN SUKABUMI**

No.	Objek Wisata	Atraksi/Aktivitas	Jenis Wisata
1.	Taman Rekreasi Cimalati, Taman Rekreasi Taman Angsa, Taman Rekreasi	Renang, <i>outbound</i>	Wisata Olahraga

Soraya Rizki Amelia, 2014

*Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	Salabintana		
2.	Hutan Wisata Gunung Arca	Tempat budidaya lebah madu, <i>trekking</i>	Wisata Petualangan
3.	Taman Nasional Gunung Halimun-Salak, Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango	<i>Trekking, hiking, camping</i>	Wisata Petualangan
4.	Palagan Bojong Kokosan	Monumen dan Museum	Wisata Sejarah
5.	Manangel, Cijangkar	<i>Offroad</i>	Wisata Petualangan
6.	Situ Sukarame	<i>Camping, boating</i>	Wisata Petualangan
7.	Pantai Ujung Genteng, Pantai Minajaya, Pantai Palabuhan Ratu	Pantai	Wisata Bahari
8.	Pantai Pangumbahan	Tempat penangkaran penyu	Wisata Bahari
9.	Muara Cikarang, Muara Cimandiri, Sungai dan Muara Cikaso	Sungai	Wisata Alam
10.	Bumi Perkemahan Pondok Halimun	<i>Camping, trekking</i>	Wisata Petualangan
11.	Curug Cibereum, Curug Cigangsa, Curug Cikaso, Curug Caweni, Curug Panjang	Air terjun	Wisata Alam
12.	Hutan Wisata Situ Gunung	<i>Trekking, fishing</i>	Wisata Petualangan
13.	Curug Sawer	<i>Camping</i>	Wisata Petualangan
14.	Bumi Perkemahan Cinumpang	<i>Trekking, camping, tubing</i>	Wisata Petualangan
15.	Goa Buni Ayu/Goa Siluman, Goa Lalay, Goa Kutamaneuh	<i>Caving</i>	Wisata Petualangan
16.	Situ Batu Laut	Danau	Wisata Alam
17.	Sungai Citarik, Sungai Cicatih	<i>Rafting</i>	Wisata Petualangan
18.	Karang Antu	<i>Diving</i>	Wisata Petualangan
19.	Pantai Citepus, Pantai Cibangban	<i>Fishing</i>	Wisata Petualangan
20.	Pantai Cimaja	<i>Surfing</i>	Wisata Petualangan
21.	Pantai Karang Hawu	<i>Surfing, fishing,</i>	Wisata Petualangan

Soraya Rizki Amelia, 2014

Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

		berenang	
22.	Air Panas Cisolok	Berendam, berenang	Wisata Olahraga
23.	Situs Tugu Gede Cengkuk, Situs Megalitik Ciarca, Situs Megalitik Batu Lumpang, Situs Megalitik Salak Datar, Situs Megalitik Kampung Kuta, Situs Megalitik Batu Kujang	Situs megalitikum	Wisata Budaya dan Sejarah
24.	Kampung Adat Ciptarasa, Kampung Adat Cicemat, Kampung Adat Giri Jaya	Kampung adat dan penampilan kesenian daerah	Wisata Adat dan Budaya

Sumber: Dinas Kepariwisataan, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Sukabumi 2013

Berdasarkan Tabel 1.1, Sukabumi memiliki potensi yang menjanjikan bagi kemajuan pariwisata terutama wisata petualangan jika dikembangkan dan dikelola dengan baik. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Sukabumi Tahun 2005-2025 disebutkan bahwa prioritas pembangunan kepariwisataan diarahkan pada penciptaan destinasi wisata Sukabumi sebagai salah satu unggulan pariwisata Jawa Barat, dimana persaingan dalam kepariwisataan yang semakin tajam, menuntut setiap wilayah untuk terus menggali potensi sumber daya agar berdaya jual, diminati dan dikunjungi wisatawan. Hal ini mendorong pemerintah setempat untuk meningkatkan daya saing kepariwisataan Sukabumi dengan memperbaiki sarana dan infrastruktur daerah, meningkatkan kualitas pelayanan serta memaksimalkan promosi dan pemasaran melalui berbagai media seperti brosur, *website* resmi, buku panduan wisata, dan *event-event* pariwisata.

Promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan dibantu oleh pengelola objek wisata dari perusahaan-perusahaan swasta (*private sector*) membuat penyebaran informasi mengenai keindahan alam Sukabumi semakin efektif. Para calon wisatawan mengetahui bahwa Sukabumi memiliki

Soraya Rizki Amelia, 2014

Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

banyak objek wisata bahari berupa pantai dan wisata petualangan berupa *rafting* (arung jeram), *surfing* (berselancar), *caving* (penjelajahan goa), dan lain-lain oleh karena itu mereka tertarik untuk berkunjung ke Sukabumi. Wisatawan yang datang umumnya dari kota besar seperti Kota Jakarta, Bandung, dan sekitarnya dengan persentase per tahun untuk wisatawan domestik sebesar 92% dan 8% wisatawan asing. Tabel 1.2 berikut merupakan tabel jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) ke Kabupaten Sukabumi tahun 2011-2013.

**TABEL 1.2**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN**  
**WISATAWAN NUSANTARA KE KABUPATEN SUKABUMI TAHUN**  
**2011-2013**

	2011	2012	2013
<b>Wisman</b>	55.795	46.975	47.985
<b>Wisnus</b>	2.342.735	2.551.807	2.660.492
<b>Jumlah</b>	<b>2.398.530</b>	<b>2.598.782</b>	<b>2.708.477</b>

Sumber: Disparbudpora Kab. Sukabumi 2014

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan baik wisman maupun wisnus ke Sukabumi selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Namun jumlah tersebut selalu tidak mencapai jumlah yang ditargetkan pada setiap tahunnya. Tahun 2013 Disparbudpora Kab. Sukabumi menargetkan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 3 juta orang tapi jumlah kunjungan yang diperoleh masih jauh dari yang ditargetkan. Sama halnya pada tahun 2011 dan 2012, jumlah kunjungan yang ditargetkan sebesar 2,7 juta dan 2,8 juta orang tidak dapat tercapai. Hal tersebut dikarenakan pemerintah daerah Sukabumi belum terlalu serius dalam menggarap dan memasarkan pariwisata di Sukabumi untuk menarik kunjungan wisatawan sehingga belum mencapai target yang diharapkan.

Walaupun seperti itu, wisata petualangan di Sukabumi saat ini semakin diminati wisatawan yang memiliki motivasi untuk berwisata petualang. Hal

*Soraya Rizki Amelia, 2014*

*Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention*

*Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu*

tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3 yang menunjukkan peningkatan kunjungan partisipan setiap tahunnya.

**TABEL 1.3**  
**JUMLAH PARTISIPAN YANG BERPETUALANG KE BEBERAPA**  
**OBJEK WISATA PETUALANGAN DI KABUPATEN SUKABUMI**  
**TAHUN 2011-2013**

Objek Wisata Petualangan	Jumlah Partisipan		
	2011	2012	2013
Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango Jalur Selabintana	11.627	23.762	14.980
Hutan Wisata Situ Gunung	21.351	48.499	53.408
Pantai Cimaja	10.247	11.456	15.517
Sungai Citarik	23.343	24.243	25.143
Goa Buni Ayu	2.531	3.252	4.315
<b>Total</b>	<b>69.099</b>	<b>111.212</b>	<b>113.363</b>

Sumber: Masing-masing pengelola wisata 2014

Berdasarkan Tabel 1.3, jumlah partisipan yang berpetualang ke objek wisata petualangan unggulan di Sukabumi terus meningkat dari tahun ke tahun. Terdapat lima objek wisata petualangan yang menjadi unggulan yaitu Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango Jalur Selabintana yang merupakan objek wisata untuk pendakian gunung. Kemudian Hutan Wisata Situ Gunung untuk *trekking* dan berkemah serta Pantai Cimaja yang terkenal sebagai spot berselancar terbaik di Jawa Barat. Sukabumi juga dikenal sebagai destinasi untuk melakukan wisata arung jeram, tepatnya di Sungai Citarik. Selain itu salah satu keindahan Sukabumi yang kini mulai diminati banyak partisipan atau pecinta alam adalah menjelajah perut bumi di Goa Buni Ayu yang memiliki predikat sebagai goa yang memiliki sistem goa terbaik (*best-cave system*) se-Asia Tenggara.

Awalnya wisata petualangan ini didominasi oleh para pecinta alam baik dari organisasi maupun individu, namun saat ini orang-orang yang bukan dari kalangan profesional pun ikut berpartisipasi dalam wisata petualangan di objek wisata petualangan Sukabumi. Hal ini disebabkan karena wisata petualangan

Soraya Rizki Amelia, 2014

*Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention*

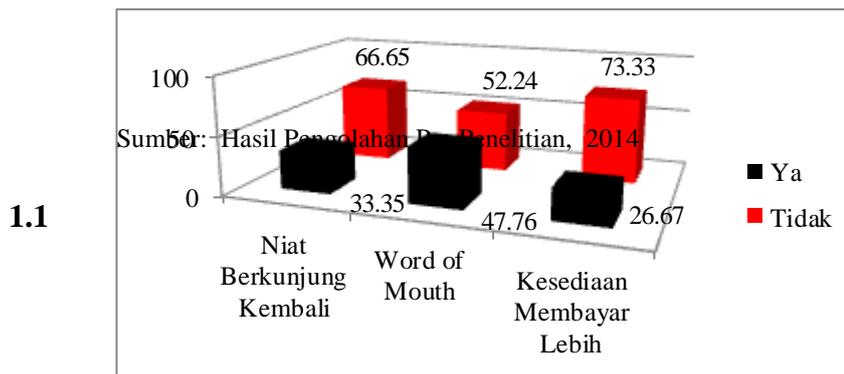
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

berbasis olahraga telah menjadi tren wisata dan didukung pula oleh para *provider* wisata petualangan yang menyediakan jasa dan perlengkapan petualangan yang aman untuk para pemula.

Partisipan yang berpetualang di objek wisata petualangan Sukabumi umumnya adalah partisipan yang baru pertama kali berkunjung (*first-time visitor*) sedangkan frekuensi untuk partisipan yang melakukan kunjungan ulang (*repeater*) tidak begitu banyak, hal tersebut didasarkan pada pernyataan beberapa pengelola wisata petualangan yang menyatakan bahwa *first-time visitor* dan *repeater* perbandingan persentasenya kurang lebih 65% dan 35% (Sumber: Masing-masing pengelola objek wisata petualangan unggulan, Juni 2014 pukul 11.00 WIB).

Berdasarkan wawancara ke beberapa partisipan yang pernah melakukan aktivitas wisata petualangan di objek wisata petualangan Sukabumi mengatakan bahwa biasanya dalam berwisata petualang mereka jarang melakukan aktivitas petualangan berulang-ulang di tempat yang sama. Tentunya mereka juga ingin mencoba melakukan aktivitas petualangan tersebut di tempat dan kota yang berbeda sehingga mendapat sensasi baru dan menambah pengalaman wisata petualangan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa intensitas partisipan untuk berwisata petualang ke Sukabumi masih rendah, yang berarti rendah pula niat berperilaku (*behavioral intention*) partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi.

Hal ini didukung oleh hasil pra penelitian mengenai *behavioral intention* yang telah dilakukan kepada 30 orang partisipan setelah berwisata petualang di objek wisata petualangan Sukabumi. Pengambilan sampel sebanyak 30 orang karena menurut Burns (2000) jumlah ini diperoleh bagi peneliti pemula, maka dihasilkan data yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



GAMBAR

### PERSENTASE *BEHAVIORAL INTENTION* PARTISIPAN DI OBJEK WISATA PETUALANGAN KABUPATEN SUKABUMI

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa partisipan yang memiliki niat untuk berkunjung kembali ke objek wisata petualangan di Sukabumi sebesar 33,35%, kemudian partisipan yang berniat untuk merekomendasikan objek wisata petualangan di Sukabumi ke orang lain sebesar 47,76%, dan partisipan yang bersedia membayar lebih hanya sebesar 26,67%. Para partisipan berpendapat bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki objek wisata petualangan di Sukabumi belum begitu lengkap, akses menuju destinasi masih kurang baik, jarak dari satu lokasi wisata ke lokasi wisata lainnya terlalu jauh dan masih belum difasilitasi oleh moda transportasi publik yang memadai.

Hal ini menyebabkan sebagian besar partisipan masih merasa belum bersedia untuk merekomendasikan objek wisata petualangan di Sukabumi kepada orang lain dan juga belum bersedia membayar lebih untuk berpetualang ke objek

Soraya Rizki Amelia, 2014

*Pengaruh destination personality terhadap behavioral intention*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

wisata petualangan di Sukabumi dengan segala keterbatasan yang ada. Mereka akan memilih objek wisata petualangan di kota lain jika ada yang lebih murah daripada objek wisata petualangan yang ada di Sukabumi jika pelayanan dan kualitas yang diberikan sepadan. Ini juga mengindikasikan bahwa objek wisata petualangan di Sukabumi memiliki tingkat daya saing kepariwisataan yang rendah. Selain itu, wisata petualangan yang kini telah menjadi tren membuat para pemasar destinasi berlomba untuk mempromosikan destinasi wisata petualangan yang dimilikinya sehingga persaingan dalam pasar ini semakin ketat. Hal tersebut mengakibatkan niat partisipan untuk berkunjung kembali ke objek wisata petualangan di Sukabumi begitu rendah karena mereka lebih memilih untuk melakukan aktivitas wisata petualangan yang sama namun di tempat yang berbeda.

Niat berkunjung kembali (*revisit intention*), niat untuk menceritakan kepada orang lain (*word of mouth intention*) dan keinginan untuk membayar lebih (*willingness to pay more*) adalah dimensi dari *behavioral intention*. Menurut Ching-Fu Chen dan DungChun Tsai (2007:1116), "*Behavioral intention defined as the visitor's judgment about the likeliness to revisit the same destination or the willingness to recommend the destination to others.*" Jadi *behavioral intention* merupakan penilaian partisipan mengenai keinginan berkunjung kembali ke destinasi yang sama atau kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

*Behavioral intention* partisipan terhadap objek wisata petualangan di Sukabumi yang belum begitu baik jika terus berlanjut tentunya akan membuat Sukabumi menjadi destinasi wisata yang kurang diminati dan tidak begitu dikenal oleh wisatawan, terutama para wisatawan yang menyukai tantangan dan petualangan karena *behavioral intention* merupakan salah satu hal penting untuk pengembangan destinasi wisata (Anderson dalam Lee et al., 2009:3). Kemudian tingkat *behavioral intention* yang rendah akan membuat objek wisata petualangan

di Sukabumi memiliki tingkat retensi (berkunjung kembali) yang rendah pula. Akibatnya pendapatan daerah Kabupaten Sukabumi akan berkurang dari sektor pariwisata.

Oleh karena itu perlu adanya upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *behavioral intention* partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi sehingga dapat memberi manfaat yang besar bagi kemajuan pariwisata Sukabumi. Meningkatnya *behavioral intention* partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi akan membantu pemerintah Kabupaten Sukabumi dalam mengurangi biaya pemasaran, kemudian akan membuat Sukabumi lebih dikenal dan banyak dikunjungi wisatawan, serta memiliki citra yang baik di mata publik.

*Behavioral intention* merupakan prediktor akurat yang memiliki probabilitas tinggi dalam mengetahui sikap dan perilaku berikutnya yang akan dilakukan wisatawan setelah mengunjungi destinasi (Baker & Crompton dalam Lee et al., 2009:3). Menurut Glanz et al. (2008:70), *behavioral intention* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal yaitu demografi, sikap, kepribadian, dan variabel berbeda lainnya dari masing-masing individu. Faktor yang paling menonjol dari keempat hal tersebut yaitu kepribadian (*personality*). Ketika atribut diri seseorang hampir sama dengan orang lain, maka kepribadian merupakan hal yang dapat membedakannya dari orang lain karena kepribadian setiap orang berbeda dan tidak dapat ditiru (Murphy et al. dalam Meer, 2010:15).

Sama halnya dengan destinasi. Dalam meningkatkan *behavioral intention* partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi, pemerintah daerah setempat melakukan beberapa upaya seperti promosi melalui berbagai media yaitu brosur, *website* resmi, dan beberapa *event* wisata petualangan berbasis olahraga. *Event-event* wisata petualangan yang pernah diselenggarakan diantaranya Kejuaraan *Offroad* tingkat Nasional, Sukabumi *Surfing Championship* 2013, dan lain-lain. Selain itu Kemenparekraf juga mempromosikan Sukabumi di dalam situs resmi

pariwisata Indonesia yang menyebutkan bahwa “Sukabumi *for rafting, caving, camping, trekking and surfing adventure.*”

Promosi tersebut secara tidak langsung memperkenalkan keunikan Sukabumi sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga. Keunikan ini tercipta dari adanya kepribadian yang berbeda dan istimewa yang dimiliki Sukabumi dibanding dengan destinasi lain sehingga membentuk kepribadian destinasi (*destination personality*) Sukabumi yang salah satunya sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga.

*Destination personality* merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi perilaku partisipan ke objek wisata petualangan yang ada di Sukabumi karena partisipan cenderung akan memilih sebuah destinasi yang memiliki kepribadian yang sesuai dengan kepribadian dirinya. Cai dalam Lee et al. (2010:2) menyatakan *destination personality* dapat didefinisikan sebagai “persepsi mengenai suatu tempat yang tercermin oleh keterikatan yang ada didalam memori wisatawan.” Untuk mengukur *destination personality* digunakan *Brand Personality Scale* (BPS) dari Aaker yang diadaptasi ke destinasi wisata oleh Lee et al. (2009:5), terdiri dari dimensi *competence, excitement, sophistication, dan ruggedness.*

*Destination personality* diperlukan oleh Sukabumi untuk menghadapi tingginya persaingan diantara destinasi wisata petualangan lain, khususnya di Jawa Barat dan umumnya di Indonesia. *Destination personality* membawa destinasi menjadi hidup dan akrab dengan partisipan, sehingga membentuk persepsi yang jelas dalam benak partisipan serta menjadikan Sukabumi berbeda dengan destinasi lainnya.

Slogan dan logo merupakan dua instrumen yang dapat membentuk *destination personality* selain persepsi emosional wisatawan itu sendiri terhadap destinasi. “Gurilapss” (Gunung, Rimba, Laut, Pantai, Sungai dan Seni Budaya)

merupakan slogan yang diusung oleh Pemerintah Kabupaten Sukabumi. Slogan tersebut secara implisit menjelaskan bahwa kepariwisataan Sukabumi mengandalkan kekayaan alam yang dimiliki untuk dijadikan atraksi atau objek wisata, khususnya wisata petualangan berbasis olahraga. Sukabumi memiliki sumber daya alam yang sangat besar, beragam, alami, unik, menantang dan langka sebagai daya tarik wisata petualangan yang didukung oleh karakteristik alam pegunungan dan laut yang berpadu dengan sisi budaya masyarakat tradisional.

Diharapkan *destination personality* Sukabumi, khususnya dalam penelitian ini sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga dapat terbentuk dengan baik dalam benak partisipan dan melekat secara emosional dengan kepribadian para pecinta petualangan sehingga meningkatkan keinginan partisipan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain dan bersedia membayar lebih untuk berwisata petualangan di objek wisata petualangan Sukabumi. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Destination Personality* terhadap *Behavioral Intention*.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *destination personality* Sukabumi sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga.
2. Bagaimana gambaran *behavioral intention* partisipan terhadap objek wisata petualangan di Sukabumi.

Soraya Rizki Amelia, 2014

Pengaruh *destination personality* terhadap *behavioral intention*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3. Bagaimana pengaruh *destination personality* Sukabumi yang terdiri dari dimensi *competence*, *excitement*, *sophistication* dan *ruggedness* terhadap *behavioral intention* partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk:

1. Memperoleh temuan mengenai gambaran *destination personality* Sukabumi sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga.
2. Memperoleh temuan mengenai gambaran *behavioral intention* partisipan terhadap objek wisata petualangan di Sukabumi.
3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh *destination personality* Sukabumi yang terdiri dari dimensi *competence*, *excitement*, *sophistication* dan *ruggedness* terhadap *behavioral intention* partisipan ke objek wisata petualangan di Sukabumi.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Secara Teoritis:

Kegunaan penelitian untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata (MPP), khususnya mengenai pentingnya *destination personality* untuk pemasaran suatu destinasi wisata, yang dalam hal ini adalah wisata petualangan berbasis olahraga.

2. Secara Praktis:

Kegunaan penelitian sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemerintah Kabupaten Sukabumi untuk menyusun program-program

pemasaran destinasi wisata terutama dalam memperkuat *destination personality* Sukabumi sebagai destinasi wisata petualangan berbasis olahraga agar dapat meningkatkan *behavioral intention* partisipan.

Soraya Rizki Amelia, 2014

Pengaruh *destination personality* terhadap *behavioral intention*  
Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu)