

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE CIWANGUN INDAH CAMP

Jumlah kunjungan wisatawan ke Ciwangun Indah Camp sejak tahun 2008 sampai tahun 2012 fluktuatif. Kondisi tersebut mengidikasikan adanya pengaruh pengetahuan dan nilai penggan (wisatawan) terhadap keputusan berkunjung. Studi memahami pengetahuan dan nilai pelanggan sangat penting dilakukan untuk memberikan pelayanan dan informasi yang baik pada wisatawan agar jumlah kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pengetahuan wisatawan tentang Ciwangun Indah Camp, gambaran nilai pelanggan atau wisatawan Ciwangun Indah Camp, gambaran keputusan berkunjung wisatawan ke Ciwangun Indah Camp serta untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan nilai pelanggan atau wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Ciwangun Indah Camp baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengetahuan wisatawan tentang Ciwangun Indah Camp adalah baik, nilai pelanggan atau wisatawan Ciwangun Indah Camp adalah baik, keputusan berkunjung wisatawan ke Ciwangun Inadah Camp adalah cukup kemdian adanya pengaruh antara pengetahuan dan nilai pelanggan (wisatawan) terhadap keputusan berkunjung ke Ciwangun Indah Camp baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci: Pengetahuan Pelanggan, Nilai Pelanggan, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND CUSTOMER VALUE TOWARD PURCHASE DECISION TO CIWANGUN INDAH CAMP

The number of tourists visiting Ciwangun Indah Camp from 2008 to 2012 fluctuated. That condition is thought to influence the knowledge and customer value toward purchase decision. The study of understanding the knowledge and customer value is very important to provide good service and information to the tourist so that the number of tourists is constantly increasing. The purpose of this study was to describe the profile of customer knowledge about Ciwangun Indah Camp, understanding profile customer value Ciwangun Indah Camp, Preview purchase decision to Ciwangun Indah Camp and determine the influence of knowledge and customer value toward the purchase decision to Ciwangun Indah Camp either partially or simultaneously. The method of this research is descriptive and verification with total sample of 100 respondents. The technique of data analysis used in this research is multiple regression. The results showed the knowledge and customer value is good, and the purchase decision of Ciwangun Indah Camp is enough. Then, there is an influence of customer knowledge and customer value toward the purchase decision to Ciwangun Indah Camp either partially or simultaneously.

Keyword: Customer Knowledge, Customer Value, Purchase Decision

