

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS RUANG PUBLIK DAN DAYA TARIK PRODUK WISATA DI KAWASAN WISATA BELANJA CIHAMPELAS BANDUNG (Studi Persepsi Pengunjung)

**Oleh :
Adhitya Pratama
1001564**

Ruang publik dan daya tarik produk wisata merupakan dua komponen yang memegang peranan penting terhadap perkembangan di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung. Ruang publik adalah komponen yang mewakili sarana dan prasarana. Sedangkan daya tarik produk wisata mewakili suatu rangkaian jasa yang ditawarkan di suatu kawasan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata menurut persepsi wisatawan yang akan timbul suatu upaya pengembangan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dimana akan membandingkan data yang telah didapat dari hasil observasi, kuisioner, dan teori. Populasi dalam metode ini adalah wisatawan yang datang ke kota Bandung. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa ruang publik di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung memiliki kualitas yang buruk berbeda dengan daya tarik produk wisata yang kualitasnya sudah cukup baik. Dalam penelitian ini timbul suatu upaya pengembangan, diharapkan upaya tersebut dapat memperbaiki kualitas dari kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung menjadi lebih baik.

**Kata Kunci: Ruang Publik, Daya Tarik Produk Wisata, Kawasan Wisata,
Wisata Belanja, Upaya Pengembangan, Persepsi Pengunjung**

ABSTRACT

ANALYSIS OF PUBLIC SPACE QUALITY AND TOURISM PRODUCT ATTRACTIVENESS IN CIHAMPELAS SHOPPING TOURISM AREAS BANDUNG (Study of Visitor Perception)

**Oleh :
Adhitya Pratama
1001564**

Public space and tourism product attractiveness are two components that held important role in Cihampelas Bandung shopping tourism area development. Public space is component that represent media and infrastructure, while tourism product attractiveness represent services offered in tourism area. This research intended to analyze public space and tourism product attractiveness quality according to visitor perception which can trigger development effort to solve the issues that exist.

This research use descriptive analysis method that comparing the data from observation, questionnaire, and theory. The population of this method are visitor that come to Bandung, with 100 respondents as sample.

The result of this research shows that the public space in Cihampelas shopping tourism area has a bad quality, unlike the tourism product attractiveness that already has a pretty good quality. This research expected an appearance of development effort to fix the quality of Cihampelas shopping tourism area Bandung to be better.

Key Word: Public Space, Tourism Product Attractiveness. Tourism area, Shopping Tourism, Development Effort, Visitor Perception.

Adhitya Pratama, 2015

Analisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu