

ABSTRACT

Hibbaan Atthauri. 0900818, "*The Effects of Brand Positioning on Against Decision Puspa Iptek Sundial In Kota Baru Parahyangan (Survey of Indonesian Travelers To Puspa Iptek Sundial)*" Under the guidance of Ridwan Purnama, SH.,M.Si and Yeni Yuniawati, S.Pd., MM

Tourism industry in Indonesia has developed very advanced, this is due to the increasing number of tourists both foreign tourists and domestic tourists. The development of the need for care and maintenance as well as improvement in various sectors, especially regarding the facility and to provide easy of accommodation for tourists visiting.

Puspa Iptek Sundial is one tourist attraction located in the area Kota Baru Parahyangan West Bandung regency, easy of access to major tourist attraction makes Puspa Iptek Sundial as a choice tourist attraction to visit. Some of the problems faced by Puspa Science Sundial is decrease the number of visits in 2013 from the previous year.

The purpose of this study to determine the image of the Brand Positioning and the against decision been in Puspa Iptek Sundial . In this study examined independent variables (X) consisting of Attributes , Benefits and Beliefs and Value. Dependent variable (Y) againt decision.

Type of research is descriptive and verification . The method used is a survey method is simple random sampling technique . The object of this research is that tourists who visit Puspa Iptek Sundial with a sample size of 100 respondents . Data collection techniques in this study through questionnaires interviews , observation and study of literature . The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 20 for windows.

Keywords: Brand Positioning (Attributes, Benefits and Beliefs and Value) and Against Decision

Hibban Atthauri, 2014

Pengaruh brand positioning puspa iptek sundial terhadap keputusan berkunjung di kota baru parahyangan

(survei pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke puspa iptek sundial)

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

ABSTRAK

Hibban Atthauri. 0900818, “**Pengaruh *Brand Positioning* Puspa Iptek Sundial Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kota Baru Parahyangan (Survei pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Puspa Iptek Sundial)**” dibawah bimbingan Ridwan Purnama, SH.,M.Si dan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM

Industri pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini disebabkan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. perkembangan tersebut perlu adanya pemeliharaan dan perawatan serta perbaikan di berbagai sektor terutama mengenai fasilitas dan akomodasi untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung.

Puspa Iptek Sundial merupakan salah satu daya tarik wisata yang berada di kawasan Kota Baru Parahyangan Kabupaten Bandung Barat, kemudahan akses menuju daya tarik wisata menjadikan Puspa Iptek Sundial sebagai pilihan daya tarik wisata untuk dikunjungi. Beberapa masalah yang dihadapi Puspa Iptek Sundial yaitu penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2013 dari tahun sebelumnya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran mengenai *Brand Positioning* dan keputusan berkunjung di Puspa Iptek Sundial. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (X) yang terdiri dari *Attributes*, *Benefits* dan *Beliefs and Value*. Variabel tidak bebas (Y) keputusan berkunjung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan teknik yaitu *simple random sampling*. Objek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Puspa Iptek Sundial dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara kuisisioner, observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan spss 20 *for windows*.

Kata Kunci: *Brand Positioning (Attributes, Benefit dan Beliefs and Value)* dan Keputusan Berkunjung