

ABSTRAK

Rika Permatasari Effendi, 1001541 Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu (Survei terhadap wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu). Skripsi 2015, di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, M.M. dan Oce Ridwanudin, SE., MM.

Taman Wisata Alam Cimanggu merupakan sebuah kawasan pelestarian dengan tujuan utama untuk kepentingan pariwisata dan rekreasi alam yang terletak di Ciwidey, Kabupaten Bandung Selatan yang menyajikan pesona alam yang bervariasi dan dikembangkan sebagai kawasan wisata alam untuk kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang menawarkan pemandian air panas sebagai *core product* bagi wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Cimanggu mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan yang berkunjung ke Taman wisata Alam Cimanggu semakin berkurang. Setiap wisatawan yang datang ke suatu destinasi wisata memiliki motivasi yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari wisatawan itu sendiri. Untuk itu pengelola Taman Wisata alam Cimanggu perlu untuk menganalisis motivasi wisatawan agar pengelola destinasi ini dapat menerima informasi terkait keinginan dan kebutuhan wisatawan sehingga pemasar pun pada akhirnya dapat menentukan strategi pemasaran kedepan agar produk atau jasa yang ditawarkan oleh Taman Wisata Alam Cimanggu dapat diterima dengan baik yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginannya wisatawan, sehingga akan meningkatkan minat dan jumlah kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Motivasi Wisatawan (X) dan variabel *dependent* adalah Keputusan Berkunjung (Y). Variabel independent motivasi wisatawan (X) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor-faktor pendorong dan penarik. Faktor pendorong terdiri dari: *Discovering new places, Trying something new, Relaxing physically, Relieving stress, Finding excitements, Escaping from routine, dan Having fun*. Sedangkan faktor penarik motivasi diantaranya terdiri dari: *Landscape, Natural environment, Relaxing atmosphere, Security, Nice weather, Accessibility, Public transportation, Hospitality, Lodging, Distance, dan Sport*. Sedangkan variabel dependent (Y) keputusan berkunjung terdiri dari: Pemilihan produk atau jasa, Pemilihan merek, Pemilihan penyalur, Jumlah kunjungan, Pemilihan waktu kunjungan dan Metode pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu melalui wawancara, observasi, angket serta dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan program SPSS 18.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi wisatawan memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.

Rika Permatasari Effendi, 2015

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

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

Kata Kunci: Motivasi Wisatawan, Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

Rika Permatasari Effendi, 1001541. *The Effect of Tourism Motivation Decision Against to Taman Wisata Alam Cimanggu (Survey Of individual tourist visiting Taman Wisata Alam Cimanggu).* This Essay 2015, under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, M.M. dan Oce Ridwanudin, SE., MM.

Taman Wisata Alam Cimanggu is a conservation area with the main purpose for the benefit of tourism and outdoor recreation are located in Ciwidey, South Bandung regency. This tourist destination presents a varied natural charm and developed as an area of natural attractions for tourists visiting domestic and foreign tourists who offer a hot water bath as a core product for tourists. The number of tourists visiting the Nature Park Cimanggu experienced are depression in each year. This shows that the interest of tourists who visit to Taman Alam Cimanggu travel wane. Every tourist who comes to a tourist destination has a different motivation in accordance with the wishes and needs of the tourist themselves. For the managers of Taman Wisata Alam Cimanggu need to analyze tourist motivation that managers of these destinations can receive information related to the wishes and needs of tourists so that any marketer can ultimately determine the future marketing strategy so that the product or service offered by Taman Wisata Alam Cimanggu be well received that in accordance with the needs and desires of tourists, so it will increase the interest and number of visits to Taman Wisata Alam Cimanggu. Variable independent in this study is the tourist motivation (X) and variable dependent is the decision to visit (Y). Variable independent traveler Motivation (X) is influenced by two factors: the factors push and pull. Driving factors used in this study and in accordance with the research themes and conditions Cimanggu Nature Park consists of: Discovering new places, Trying something new, physically Relaxing, Relieving stress, Finding excitements, Escaping from routine, and Having fun. While the pull factors such motivation consists of: Landscape, Natural environment, Relaxing atmosphere, Security, Nice weather, Accessibility, Public transportation, Hospitality, Lodging, Distance, and Sport while the dependent variable (Y) decision been made up of products or services Selection, Selection brand, Selection distributor, number of visits, time of visit and Selection Method of payment. This study aims to describe the tourist motivation and decision to visit Taman Wisata Alam Cimanggu and to know how to influence tourist motivation for the decision to visit Taman Wisata Alam Cimanggu. The sample in this study were 100 respondents, individual tourists who visit Taman Wisata Alam Cimanggu through interviews, observations, questionnaires and documentation. The analysis technique used is a simple regression analysis using SPSS 18.0 for windows. The results showed that motivation variables have a positive influence on the decision to visit Taman Wisata Alam Cimanggu.

Keywords: Motivation Travelers, Decision Against Visits.

Rika Permatasari Effendi, 2015

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan Hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya dan kita selaku umatnya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par.) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Selama penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak ilmu dan pengetahuan dari berbagai pihak, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap kajian dalam skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca serta bermanfaat bagi perkembangan keilmuan di bidang Manajemen Pemasaran Pariwisata.

Bandung, Agustus 2015

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari selama penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Furqon, M.A. Ph.D, selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak. Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si. selaku dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd, selaku ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
4. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Oce Ridwanudin, S.E, M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan penulisan skripsi, bimbingan akademik selama masa perkuliahan dan senantiasa memberikan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan dan staff Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yaitu Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., MM, Bapak. Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos..MM, Ibu Rini Andari S.Pd., MM, Bapak Gitiswhara SE,Par., Bapak. Oce Ridwanudin, SE, MM, Ibu Hj. Vany Octaviany, S.par., MM.Par., Ibu Nia, S.Par. dan Bapak Dadang.
7. Para sahabat tersayang, Rizma, Isna, Lusi dan seluruh teman-teman terbaik MPP angkatan 2010 yang selalu memberi semangat bagi penulis semasa perkuliahan, serta keluarga MPP seluruh angkatan 2005 hingga 2015.

8. Para Sahabar Irma, Nita, Nde yang selalu memberi semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terimakasih penulis yang teristimewa adalah kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Iman Effendi dan Atikah, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis baik berupa doa, moril maupun materil serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis selama ini. Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.