

ABSTRAK

DEDY EKA ERLANDHI, 1307549, Pengaruh *Cultural Value* pada Daya Tarik Wisata Pura Tanah Lot Bali Terhadap Keputusan Berkunjung di bawah bimbingan HP. Diyah Setiyorini, M.M dan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM.

Keanekaragaman budaya dan kemenarikan tempat-tempat wisata di Indonesia adalah menjadi faktor potensi pariwisata Indonesia yang begitu besar, didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai serta sumber daya manusia yang berkualitas menjadikan Negara Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata yang layak dikunjungi, khususnya provinsi Bali yang menjadi barometer pariwisata di Indonesia karena terkenal dengan keindahan alam dan keanekaragaman budaya, serta keunikannya yang dimiliki.

Sesuai dengan perkembangan industri pariwisata Indonesia dari tahun ke tahun, muncul persaingan diantara para pelaku bisnis dalam industri pariwisata. hal tersebut berdampak pula pada daya tarik wisata Tanah Lot yang berlokasi di Kabupaten Tabanan, Bali. Operasional daya tarik wisata Tanah Lot tersebut mengalami kenaikan penurunan karena daya tarik wisata Tanah Lot itu sendiri sudah dikenal oleh wisatawan mancanegara, dari tahun 2012 sampai tahun 2014 mengalami kenaikan yang signifikan, namun dalam kenaikan jumlah pengunjung tersebut belum dapat mencapai target pengunjung yang ditargetkan oleh pihak manajemen pengelola daya tarik wisata Tanah Lot. kemudian pada tahun 2013 mengalami penurunan jumlah wisatawan Hal tersebut dikarenakan terdapat persaingan bisnis dalam industri pariwisata yang menjadi pesaing dalam melakukan kompetensi pariwisata. Maka dari itu, daya tarik wisata Tanah Lot melakukan berbagai strategi untuk menarik wisatawan dengan menawarkan wisata yang unik dengan konsep perpaduan alam dan budaya.

Variabel *Independent (X)* adalah *Cultural Value* yang terdiri dari 6 dimensi yaitu *Intellectual Autonomy*, *Affective Autonomy*, *Embeddedness*, *Hierarchy*, *Harmony*, dan *Mastery*. Sedangkan variabel *dependent (Y)* adalah keputusan berkunjung. Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif dan Verifikatif dan metode yang digunakan adalah survei penelitian dengan *Simple Random Sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah *Multiple Linear Regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cultural Value* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pengaruh terbesar dari dimensi *Cultural Value* terhadap keputusan berkunjung diperoleh dari dimensi *Hierarchy*. Adapun saran-saran untuk perusahaan atau lembaga yang mengelola pariwisata dalam meningkatkan keputusan berkunjung di daya tarik wisata Tanah Lot adalah melalui pengembangan *Cultural Value*.

Kata Kunci: *Cultural Value*, Keputusan berkunjung

ABSTRACT

Dedy Eka Erlandhi, 1307549, The effect of Cultural Value at Temple of Tanah Lot Bali to Purchase Decision under the guidance of HP. Diyah Setiyorini, M.M and Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,MM.

Cultural diversity and attractiveness of the tourist attractions in Indonesia is a factor of Indonesia's tourism potential, supported by adequate infrastructure and qualified human resources to make the State of Indonesia as one of the destinations worthy to visit, especially the province of Bali where becomes a barometer of tourism in Indonesia.

In accordance with the development of Indonesian tourism industry from year to year, emerging competition among businesses in the tourism industry. such things impact the natural attractions Tanah Lot is located in Tabanan, Bali. The tourism operational of nature object of Tanah Lot is experiencing growth due to natural attractions of itself is known by local tourists and foreign tourists, from 2010 until 2013 experienced a significant increase, but the increase in the number of visitors has not been able to reach the target audience targeted by Tourist Attraction of Tanah Lot Management That is because there is a business competition in the tourism industry which is competitive in conducting tourism competence. The natural attractions of Tanah Lot perform a variety of innovations to attract tourists by offering a unique tour to blend concepts of nature and culture. Independent variable (X) is the Cultural Value that consists of six dimensions, namely Intellectual Autonomy, Affective Autonomy, Embeddedness, Hierarchy, Harmony, and Mastery. Dependent variable (Y) is the purchase decision. The research is descriptive verification and the method is a survey by the technique systematic, then obtained a total sample of 100 respondents. Techniques of data analysis and hypothesis testing are using Multiple Liner Regression. The results showed that Cultural Value provide a significant influence on purchase decision. The greatest influence on Cultural Value to purchase decision is Hierarchy. As for the suggestions for the company or institution that manages tourism in improving the purchase decision of Nature Object of Tanah Lot is to develop Cultural Value

Keywords: Cultural Value, Purchase Decision