

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN DI DAYA TARIK WISATA CIBULAN KABUPATEN
KUNINGAN**

ABSTRAK

Oleh:

Veronika SL

1202498

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup tinggi dengan beragam daya tarik wisata. Daya tarik wisata Cibulan merupakan salah satu daya tarik tertua yang berada di Kabupaten Kuningan yang dibangun pada tahun 1939. Dilihat dari tingkat kunjungan setiap tahunnya daya tarik wisata Cibulan selalu mengalami penurunan. Pihak daya tarik wisata Cibulan mencoba mengembangkan produk wisata yang ada namun belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di daya tarik wisata Cibulan. Produk wisata memiliki hubungan yang erat dengan keputusan berkunjung wisatawan karena menentukan pembentukan citra. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan cara penelitian menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana. Sedangkan sampel yang diambil pemilihan secara acak wisatawan dengan jumlah 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk wisata memberikan pengaruh yang lemah terhadap keputusan berkunjung yakni sebesar 33,7%, sementara 66,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Artinya, jika produk wisata ditingkatkan sebesar satu satuan, maka hal ini juga akan meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 33,7% secara keseluruhan.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata Cibulan, Produk Wisata, Keputusan Berkunjung, Regresi Sederhana

An Influence of Tourism Product the Tourist Visiting Decision on Tourist Attractions Cibulan Kuningan Regency

ABSTRACT

By:

Veronika SL

1202498

Kuningan Regency has a high tourism potential with a variety of tourist attraction. Tourist attraction Cibulan is one of the oldest attraction in Kuningan Regency that was built in 1939. As seen from the level of visits every year tourist attraction Cibulan always decline. Management of tourist attraction Cibulan trying to develop the tourism products that exist, but haven't been able to increase the number of visits. The purpose of this research is to know the extent of the influence of the tourism product towards the decision to visit tourist attraction Cibulan. The tourism product has close links with tourist visiting decision due to determine the brand image. By using questionnaires, this research used descriptive method with quantitative approach. The data analysis technique used simple linear regressions. The target population in this research is tourists who visit to tourist attractions Cibulan and there were 100 tourists selected randomly as a sample. The result of this research showed that tourism product provide weak influence to tourist visiting decision which is equal 33,7%, while the rest 66,3% is described by other variable that was not researched. That means, if a tourism product and a quality of service are enhanced, overall a tourist loyalty will increase 33,7%.

Keyword: Tourist Attraction Cibulan, Tourism Product, Tourist Visiting Decision, Simple Linear Regression.