

**PERBANDINGAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK
WISATA BERDASARKAN KARAKTERISTIK WISATAWAN DI
FARMHOUSE LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

ABSTRAK

Oleh

Muthia Agustinah Sri Rezeki

NIM: 1202293

Farmhouse Lembang merupakan tempat wisata yang masih terbilang baru yang berlokasi di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang dibangun dengan mengusung tema nuansa Eropa. Dibuka untuk umum pada tanggal 11 November 2015, tempat wisata ini selalu dipenuhi oleh wisatawan baik pada *weekday* maupun *weekend*. Perbedaan karakteristik wisatawan yang beragam mengakibatkan terjadinya pergeseran produk utama di Farmhouse Lembang. Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai perbandingan kepuasan yang di rasakan wisatawan terhadap produk wisata yang disediakan di Farmhouse Lembang berdasarkan karakteristik wisatawan yang datang pada aspek sosio-demografis, geografis, dan psikografis. Untuk mengukur perbandingan dari kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang berdasarkan karakteristiknya, peneliti menggunakan metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan uji statistik non-parametrik yaitu dengan uji Mann-Whitney dan uji Kruskal-Wallis. Selain itu penelitian ini juga berisikan pembahasan mengenai hasil identifikasi karakteristik wisatawan yang datang di Farmhouse Lembang berdasarkan aspek sosio-demografis, geografis, dan psikografis lalu hasil identifikasi kepuasan wisatawan terhadap produk wisata yang disediakan di Farmhouse Lembang. Dari penelitian ini didapatkan hasil yaitu bahwa wisatawan Farmhouse Lembang di dominasi oleh wisatawan yang sudah berkeluarga dengan aktivitas yang paling banyak diminati adalah berfoto dan menikmati pemandangan. Untuk produk wisata Farmhouse Lembang yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah mini zoo. Sedangkan untuk karakteristik wisatawan yang memiliki perbedaan dalam tingkat kepuasan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang yaitu dipengaruhi oleh perbedaan usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan, jumlah anggota keluarga inti, frekuensi berwisata dalam satu bulan dan jumlah pengeluaran yang dikeluarkan saat berkunjung di Farmhouse Lembang. Dari hasil tersebut sebaiknya pihak pengelola dapat menambahkan aktivitas yang lebih interaktif lagi terutama yang dapat dilakukan oleh keluarga.

Kata Kunci : Kepuasan Wisatawan, Karakteristik Wisatawan, Produk Wisata

MUTHIA AGUSTINAH SRI REZEKI, 2016
PERBANDINGAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA BERDASARKAN
KARAKTERISTIK WISATAWAN DI FARMHOUSE LEMBANGTAHUN 1952-1961
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**COMPARING TOURIST SATISFACTION OF TOURISM PRODUCT
BASED ON TOURIST CHARACTERISTIC AT FARMHOUSE LEMBANG
WEST OF BANDUNG DISTRICT**

ABSTRACT

By

Muthia Agustinah Sri Rezeki

NIM: 1202293

Farmhouse Lembang is the new tourist spot, located in the district of West Bandung and built with the theme of a European feel. Opened to the public on 11 November 2015, these place always fulfilled with tourists on weekday and also on weekend. The differences in diverse of characteristics has given impact to shift of the main products in Farmhouse Lembang. In this study, researchers discuss about the comparison of tourist satisfaction of tourism product that offered at Farmhouse Lembang based on characteristics of that tourists who come at Farmhouse Lembang on the aspects of socio-demographic, geographic, and psychographic. To measure a comparison of satisfaction of tourists to travel in Farmhouse Lembang products based on their characteristics, researchers used a Customer Satisfaction Index (CSI) method and non-parametric statistical tests, namely the Mann-Whitney and Kruskal-Wallis test. In addition, this study also have contains a discussion about the results of the identification of the characteristics of tourists who come in Farmhouse Lembang based on aspects of socio-demographic, geographic, and psychographic tourist satisfaction and the identification of the tourist product provided in Farmhouse Lembang. From this study, the result is that tourists Farmhouse Lembang dominated by tourists who are married with the most demanding activity is to take pictures and enjoy the view. Tourism products at Farmhouse Lembang with the highest satisfaction level is a mini zoo. As for the characteristics of travelers who have a difference in level of satisfaction with tourism product in Farmhouse Lembang is influenced by differences in age, education level, occupation, monthly income, the number of immediate family members, frequency traveled in one month and the amount of expenses incurred during a visit in Farmhouse Lembang. Based on these results, the manager better to add attraction that have more interactive activities, especially can do with family.

Keyword(s) : Tourist Satisfaction, Tourist Characteristic, Tourism Product

MUTHIA AGUSTINAH SRI REZEKI, 2016

**PERBANDINGAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA BERDASARKAN
KARAKTERISTIK WISATAWAN DI FARMHOUSE LEMBANGTAHUN 1952-1961**

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