

## ABSTRAK

**Nirwanda Al Abror (1203508), “Pengaruh *Marketing Perspective* dalam Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda”,** di bawah bimbingan Bagja Waluya S.Pd, M.Pd, dan Heri Puspito Diyah Setyorini, MM.

Perkembangan wisatawan nusantara yang semakin meningkat setiap tahunnya memiliki dampak positif dan negatif. Akan tetapi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda mengalami fluktuasi jumlah kunjungan dan penurunan pada tahun terakhir. Dampak positifnya yaitu pemasukan yang bertambah dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat sekitar. Adapun dampak negatifnya adalah banyak daya tarik wisata yang rusak akibat aktivitas wisatawan. Masalah yang dihadapi oleh Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda adalah menjaga kelestarian agar dapat dinikmati oleh generasi mendatang dan adanya penurunan jumlah kunjungan. Oleh karena itu diperlukan konsep pariwisata berkelanjutan untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan yaitu *marketing perspective* dalam pariwisata berkelanjutan yang terdiri dari *the beauty of nature and landscape, the picturesque and arrangement of destination, environmental preservation, quality of marketing tourist attraction, excursion, dan overall stay satisfaction*. Variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan adalah 100 orang wisatawan nusantara yang mengunjungi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan *marketing perspective* dalam pariwisata berkelanjutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Sedangkan secara parsial terdapat dua dimensi yang memiliki pengaruh signifikan, yaitu *quality of marketing tourist attraction* dan *the beauty of picture and landscape*.

**Kata Kunci :** *Marketing perspective*, Pariwisata Berkelanjutan, Keputusan Berkunjung

## ABSTRACT

**Nirwanda Al Abror (1203508), “The Influence of Marketing Perspective in Sustainable Tourism Towards Travel Decision-Making at Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda”, supervised Bagja Waluya S.Pd, M.Pd, and Heri Puspito Diah Setyorini, MM.**

*The blooming of domestic tourists arrival has rising every year have positive and negative impacts. Unfortunately Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda having fluctuation of tourists' visiting number. The positive impact of blooming domestic tourists arrival was increasing the income and driving economic sector of society. However the negative impact is many tourism destination has damaged due to visitor activity. The problem has been faced by Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda is to preserve the sustainability of tourism destination that can be seen to future generation and the decreased of tourists' visiting number. Consequently to be required the sustainable tourism concept to solve the problem. In this research the independent variable (X) is marketing perspective in sustainable tourism which consists of the beauty of nature and landscape, the picturesque and arrangement of destination, environmental preservation, quality of marking tourist attraction, excursion, and overall stay satisfaction. Dependent variable (Y) is travel decision-making. This research using quantitative method which have descriptive and verification analysis. The sampling technique is purposive sampling. The sampling was 100 domestic tourists who visit Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. The result is marketing perspective in sustainable tourism have significant influence towards travel decision-making simultaneously. Whereas partially it has 2 dimension have significant influences, that is quality of marking tourist attraction dan the beauty of picture and landscape.*

**Keywords: Marketing perspective, Sustainable tourism, Travel decision-making**