

ABSTRAK

Vici Noor Fajrina (1105688). “**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**” (Survei Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey di Kabupaten Bandung) di bawah bimbingan Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si., Taufik Abdullah SE.,MM.Par

Konsep dari motivasi wisatawan menjadi salah satu topik yang penting dalam perilaku konsumen di bidang pariwisata. Pada awalnya motivasi wisatawan telah terhubung dengan berbagai bahasan tentang perilaku konsumen. Dalam strategi pemasaran motivasi wisatawan memainkan peran yang penting sebagai faktor penentu keputusan konsumen juga sebagai pemikiran atau teori yang merupakan salah satu variabel yang dianggap berpengaruh terhadap proses pembuatan keputusan berkunjung. Dalam industri pariwisata khususnya bidang destinasi sering muncul permasalahan mengenai rendahnya tingkat keputusan berkunjung. Jawa Barat khususnya Kab. Bandung merupakan salah satu daerah yang diminati dalam melakukan wisata Kawah Putih yang terletak di bagian selatan Bandung menjadi salah satu destinasi wisata yang paling di minati di Kab. Bandung. Untuk itu salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan berkunjung yaitu dilihat dari motivasi wisatawan. Empat dimensi dalam motivasi wisatawan yang diantaranya 1. *novelty* 2. *prestige* 3. *physical activity* 4. *relaxation dan escape* Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi berjumlah 269,305 orang dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu diantaranya 1. *novelty* 2. *prestige* 3. *physical activity* 4. *relaxation dan escape*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan berada pada kategori kuat dan keputusan berkunjung di ketegori tinggi.

Kata Kunci: motivasi wisatawan, keputusan berkunjung

ABSTRACT

Vici Noor Fajrina (1105511). ***“The Effect of Tourism Motivation Toward Visit Decision (survey of Tourists who visited the Archipelago of white crater in Ciwidey District of Bandung) under the guidance of Dr. H. Hari Mulyadi, m. Si., Taufik Abdullah, SE., MM. Par***

The concept of motivation there became one of the important topics in consumer behaviour in tourism. At first the motivation of vacationers have been connected with various topics about the consumer behavior In marketing strategy of tourist motivation play an important role as determinants of consumer decisions as well as thoughts or theory which is one of the variables that are considered to have an effect on the process of decision making for a visit. In the tourism industry in particular fields of destination often appears the problem regarding the low level of the decision. West Java, particularly the Kab. Bandung is one of the areas of interest in doing a tour of white Crater located in the southern part of Bandung was one of the most tourist destinations in interest in Government. For it is one of the efforts made to improve the decisions of a visit that is seen from the motivation of the tourist. It is the traveller's own motivation is very fundamental in the study of leisure and tourism, because motivation is the "trigger" of the travel process, although the motivation is often not realized in full by itself. Dimensions in tourism motivation which include 1. Novelty 2. Prestige 3. Physical activity 4. Relaxation and Escape. This research uses descriptive and verification method. Population of 269,305 people with a sample of 100 people. The analysis technique used is multiple regression analysis. The independent variable in this study is tourism motivation 1. Novelty 2. Prestige 3. Physical activity 4. Relaxation and Escape. The result showed motivation of tourists in the strong category and visit decision in high category.

Key Words: *tourism motivation, visit desition*