

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA ATRIBUT OBYEK
WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA OBYEK WISATA ALAM HUTAN
WISATA PENGGARON, GUA KREO, TAMAN LELE, DAN
PANTAI MARINA)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**Nama : Anugerah Prabudi Trapsila
NIM : 98.30.3465**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2005**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO dan PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran Wisata	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Wisata	10

2.1.3.	Pemasaran Wisata.....	11
2.1.4.	Manajemen Pemasaran Wisata	12
2.2.	Hubungan Antara Waktu Luang, Rekreasi, dan Pariwisata.....	14
2.3.	Perencanaan dan Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata.....	15
2.3.1.	Jenis-jenis Obyek dan Daya Tarik Wisata.....	15
2.3.2.	Perencanaan dan Pengelolaan dan Daya Tarik Wisata	16
2.4.	Perilaku Konsumen	23
2.4.1.	Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.4.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.5.	Sikap.....	27
2.6.	Minat Berkunjung	28
2.6.1.	Pengertian Minat Berkunjung	28
2.6.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	29
2.6.3.	Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian	31
2.7.	Penelitian Terdahulu	32
2.8.	Hipotesis	33
2.9.	Kerangka Pikiran.....	33
2.10.	Definisi Operasional.....	34

BAB III	:	METODE PENELITIAN	
3.1.		Lokasi Penelitian.....	35
3.2.		Populasi	35
3.3.		Sampel	35
3.4.		Jenis dan Sumber Data	36
3.5.		Metode Pengumpulan Data	37
3.6.		Teknik Analisis	41
BAB IV	:	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1.		Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.2.		Gambaran Umum Responden.....	49
4.3.		Tanggapan Konsumen terhadap Obyek Wisata.....	52
4.4.		Analisis Regresi	62
4.4.1		Pengujian Hipotesis (Uji – t).....	63
4.4.2		Koefisien Determinasi	64
BAB V	:	PENUTUP	
5.1.		Kesimpulan	65
5.2.		Saran.....	66

Daftar Pustaka

Lampiran

ABSTRAKSI

Salah satu sumber pendapatan negara di luar pajak adalah dari sektor pariwisata. Pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya.

Pariwisata kini merupakan suatu komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap orang. Karena dengan melaksanakan aktivitas kepariwisataan seseorang dapat meningkatkan daya kreativitas, mengurangi kejenuhan kerja, membuka wawasan mengenai suatu budaya, relaksasi, mengetahui peninggalan yang berhubungan dari suatu bangsa, berbelanja di negara lain, serta melakukan bisnis.

Kota Semarang mempunyai beberapa obyek wisata yang masih perlu ditangani lebih serius lagi. Untuk melaksanakan hal tersebut peran pemerintah sebagai fasilitator sangat diperlukan, serta pihak swasta sebagai penyandang dana. Kerja sama antara pemerintah dan swasta dalam menggalakkan industri pariwisata harus dimulai sejak dini, dan bila hal ini berhasil dilakukan, niscaya semua pihak yang akan merasakan keuntungannya, misalnya pemerintah memperoleh pajak sebagai sumber pendapatan asli daerah, swasta mendapatkan laba berupa uang, dan masyarakat memperoleh hiburan. Jadi keberhasilan dalam industri pariwisata adalah keberhasilan ketiganya, dimana ketiga komponen tersebut saling berkaitan dan membutuhkan satu sama lain.

Jika dilihat dari perkembangan industri pariwisata di Kota Semarang, ternyata belum digali secara maksimal, karena peran pemerintah yang kurang optimal, serta pihak swasta yang pasif, sehingga masyarakat tidak mempunyai minat terhadap pariwisata di Kota Semarang.

Dalam penelitian ini, akan membahas mengenai sikap masyarakat terhadap minat berkunjung obyek wisata di Semarang. Sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu obyek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut dan manfaat dari obyek tersebut. Jika konsumen mempunyai tanggapan yang positif terhadap obyek wisata, maka ia akan berusaha untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Sikap yang positif, kepercayaan yang tinggi akan mempengaruhi minat (perilaku konsumen) untuk mengunjungi obyek wisata.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : adakah pengaruh sikap konsumen pada atribut obyek wisata terhadap minat berkunjung ?

Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada empat obyek wisata, yaitu Wisata Alam Hutan Penggaron, Gua Kreo, Taman Lele, dan Pantai Marina.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang sedang mengunjungi Obyek Wisata Alam Hutan Penggaron, Gua Kreo, Taman Lele dan Pantai Marina, sehingga jumlah populasinya tidak dapat diketahui secara pasti. Karena jumlah populasinya tidak diketahui, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah berdasarkan sampel kuota. Sampel kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Sedangkan jumlah kuota (sampel) dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berumur minimal 18 tahun. Sedangkan pembagian sampel tersebut adalah masing-masing 25 orang untuk satu obyek wisata. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini

sumber data tersebut berasal dari kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang mengunjungi obyek wisata Hutan Penggaron, Gua Kreo, Taman Lele dan Pantai Marina , kemudian dari hasil pernyataan tersebut dianalisis. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi .

Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Minat Berkunjung, dimana hasil analisis menunjukkan $t_{hitung} = 12,240$ dan $sig. = 0,000$. Karena tingkat signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara sikap konsumen pada atribut obyek wisata terhadap minat berkunjung diterima.

Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Minat Berkunjung sebesar 60,5 % (R Square = 0,605), sedangkan 39,5 % minat berkunjung konsumen terhadap daya tarik obyek wisata dipengaruhi oleh variabel lain.

Secara umum sikap konsumen terhadap obyek wisata sudah positif, hal ini diketahui dari minat konsumen yang ingin mengunjungi lagi obyek wisata. Ini menunjukkan bahwa obyek wisata yang ada telah memenuhi keinginan konsumen, seperti hiburan yang menarik, kebersihannya terjamin, tempat parkirnya luas maupun sarana transportasi yang mudah didapatkan. Untuk itu, sebaiknya pihak penyelenggara mempertahankan dan bahkan meningkatkan lagi apa yang selama ini sudah dilakukannya, karena sikap konsumen termasuk positif terhadap kondisi obyek wisata yang ada.

Walaupun sikap konsumen mempunyai sikap yang positif terhadap obyek wisata, tetapi pada indikator keamanan tanggapan konsumen sangat rendah, sebaiknya pihak penyelenggara obyek wisata memberikan jaminan keamanan, seperti adanya pos keamanan (satpam), alat-alat kesehatan atau PPPK maupun asuransi bagi setiap pengunjung.