

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Konsumen ke Splash Waterpark Sumbergempol” ini ditulis oleh Suhermin Sukmariansi, NIM. 17402163334, dengan dosen pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industry pariwisata yang semakin pesat di berbagai wilayah yang memunculkan persaingan di berbagai obyek wisata. Sehingga pengelola dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen. Adapun tantangan yang dihadapi oleh pengelola wisata Splash Waterpark Sumbergempol berkaitan dengan keputusan dan kepuasan konsumen yaitu bagaimana objek wisata ini dapat bersaing dan menguasai pasar. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan oleh pihak pengelola wisata Splash Waterpark Sumbergempol antara lain adalah pentingnya pengaruh *destination image*, persepsi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Karena dengan menciptakan *destination image* yang baik, harga yang terjangkau, fasilitas yang lengkap, dan kualitas pelayanan yang memuaskan, akan membuat pengunjung di objek wisata Splash Waterpark Sumbergempol merasa puas dan tidak beralih ke objek wisata lain.

Penelitian ini menjawab apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen di Splash Waterpark Sumbergempol dan untuk mengetahui faktor apa yang dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen di Splash Waterpark Sumbergempol.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel *non probability* sampling dengan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 responden yaitu wisatawan di objek wisata Splash Waterpark Sumbergempol. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan metode analisis faktor dan uji regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat dua faktor besar yaitu (1) faktor besar pertama yang terdiri dari *destination image*, persepsi harga, (2) faktor besar kedua terdiri dari kualitas pelayanan dan fasilitas wisata. Dan faktor *destination image* menjadi faktor yang mendominasi atau yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata Splash Waterpark Sumbergempol. Dan untuk hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa faktor *destination image*, fasilitas wisata, persepsi harga dan kualitas pelayanan terbukti secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung konsumen ke Splash Waterpark Sumbergempol.

Kata Kunci: Keputusan Berkunjung Konsumern, *Destination Image*, Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Thesis with the title "Factors of Affecting Consument Visiting Decision in the Splash Waterpark Sumbergempol" was written by Suhermin Sukmariansi, NIM. 17402163334, with supervisor lecturer Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by the rapid development of the tourism industry in various regions which has led to competition among several tourist attractions. So the manager is required to have the right strategy in influencing tourist destination decisions. The challenge faced by the manager of the Splash Waterpark Sumbergempol related to tourist decision and satisfaction is how this attraction can compete and dominate the market. In this case what needs to be considered by the manager of the Splash Waterpark Sumbergempol tour include the importance of the influence of destination image, tourist facilities, price perception, and service quality. Because by creating a good image destination, affordable prices, complete facilities, and a satisfactory service quality will make visitors at the Splash Waterpark Sumbergempol attractions feel satisfied and do not turn to other attractions.

This study answers what are the factors that influence tourist visiting decision at the Splash Waterpark Sumbergempol attraction and to find out the dominant factors in influencing tourist visiting decision at the Splash Waterpark Sumbergempol attraction.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. Non-probability sampling technique with accidental sampling technique. The number of samples taken was 98 respondents, namely tourists in the tourist attraction of the Splash Waterpark Sumbergempol. Data sources used in this study are primary data obtained from questionnaire results. Data analysis method using factor analysis method and multiple linear regression analyses.

The results of this study indicate that there are two major factors: (1) the first big factors consists of destination image, price, (2) the second big factors consists of service quality and tourist facilities. And the destination image factor is the factor that dominates or the most considered consumer in making a visiting decisions to the Splash Waterpark Sumbergempol. And for further research results indicates that the destination image, tourist facilities, price perception, and service quality factors simultaneously and partially have the significant impact on the consumer visiting decisions to the Splash Waterpark Sumbergempol.

Keywords: *Consument Visiting Decision, Destination Image, Tourist Facilities, Price Perception, and Service Quality.*