

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Faktor-faktor Atribut Produk Wisata Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai atribut produk wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi, mengetahui tanggapan responden mengenai proses keputusan wisatawan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi serta mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk wisata terhadap proses keputusan wisatawan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verikatif. Teknik pengumpulan data terdiri dari pengamatan langsung, kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Sampel berjumlah 98 responden. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi linear berganda. Tanggapan responden mengenai atribut produk wisata secara keseluruhan dikatakan baik. Atribut produk wisata berpengaruh sebesar 68,3% dan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara keseluruhan atribut produk wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi berpengaruh terhadap proses keputusan wisatawan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Aksesibilitas memberikan pengaruh paling besar

Kata kunci : faktor-faktor atribut produk wisata, proses keputusan wisatawan berkunjung

ABSTRACT

This research entitled The Influence of Tourism Product Attributes toward Decision Process to Visit Museum Mandala Wangsit Siliwangi Bandung. The purposes of this research are to know the respondent responses on tourism product attributes, to know respondents responses decision to Museum Mandala Wangsit Siliwangi, and to know how is the influence of tourism attributes product toward tourist decision to visit Museum Mandala Wangsit Siliwangi Bandung.

Research method are descriptive and vericative. Data collecting consists of observation, questionnaire, interview, and literature study. Sampling method is simple random sampling. The sample consists of 98 respondents, Method of data analysis is multiple linier regression. The responses of the respondents regarding attributes product can be said good. Attributes product influences to process visiting decision 68,3% and the remaining 31,7% influenced by other factor. Based on the result hypothesis test show that tourism attributes product influence toward tourist decision process to visit Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Accessibility gives gretest influence.

Keyword : tourism attributes product, visiting decision process