

ABSTRAK

Ryan Kurniawan, Magister Manajemen Universitas Widyatama Bandung. *Benefit Layanan Jasa Wisata Dalam Menciptakan Kepuasan Wisatawan Domestik (Studi Pada Kawasan Wisata Perbelanjaan Cihampelas Bandung).*

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, Cihampelas dan kota Bandung sebagai suatu kota jasa dihadapkan kepada berbagai bentuk persaingan untuk menghadapi hal tersebut maka Cihampelas harus memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing tersebut dapat dicapai dengan cara memberikan Benefit yang tinggi.

Pada bisnis jasa wisata yang terpenting adalah bagaimana memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga pihak perusahaan atau pengelola objek wisata dapat memiliki nilai yang tinggi. Nilai yang dimaksud disini adalah apabila *benefit* yang diterima wisatawan melebihi biaya yang harus dikorbankan oleh wisatawan dengan memiliki nilai pelanggan yang tinggi dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang dihadapi oleh Cihampelas dalam memasarkan produk jasa wisata dewasa ini, dapat diidentifikasi masalah antara lain adalah bagaimana tingkat *Benefit* Layanan Wisata Cihampelas, bagaimana tingkat Kepuasan Wisatawan dan bagaimana pengaruh *Benefit* Layanan Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Wisata Cihampelas secara simultan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan *explanatory survey*. Tipe penyelidikan adalah kausal, dimana unit analisis berupa wisatawan bersifat individual. Sedangkan data diperoleh melalui kuesioner, wawancara dan observasi lapangan. Hasil pengumpulan data dengan data primer diperoleh dari jumlah sampel sebesar 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian data mengenai pengaruh *Benefit* Layanan Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan menunjukkan bahwa *Benefit* Layanan Wisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,453. Hal ini juga dapat diartikan bahwa faktor-faktor diluar model berpengaruh sebesar 0,547 Serta pengaruh secara parsial Atraksi sebesar 2,048 , Aksesibilitas 3,829, Amenitas sebesar 2,279 dan Ansilari sebesar 1,964 . Hubungan korelasi antara Benefit Layanan Wisata dengan Kepuasan Wisatawan sebesar 0,673.

ABSTRACT

Ryan Kurniawan, Magister Management of Widyatama University. View analyze on Tourism Services Benefit with influence on Tourist Satisfaction (Case Study in Region of Cihampelas tourism)

In the globalization era, Cihampelas Bandung as a service city has faced various competitions. To anticipate this competition, Cihampelas must have competitive advantage. That advantage can be achieved the high benefit.

The most important thing in service industry is how to understand tourist needs and want to full fill so that the city can develop tourist value. Value is compression between benefit and cost. If the tourist value is high, it can give satisfaction to the tourist.

As mentioned above, the problem faced by Cihampelas Bandung in marketing service today, could be identified how far the level of tourist benefit, how is tourist satisfaction and the influence of tourist benefit on the tourist satisfaction in Cihampelas.

The type of this research is descriptive and verifiable using descriptive and explanatory survey methods. The type of investigation research is causal, and the unit analysis for this research is individual. The data are collected from questionnaire, interviews, and observation. The data collected from primary data source are obtained from a number of samples of 100 respondents. The simple regression analysis is used to process the data.

Questionnaire data processing result shows that data testing of influence on Tourist Services Benefit to Tourist Satisfaction can be explained by 0,453. It can also mean that factors outside the model influence 0,547 but influence on Attraction Benefit by 2,048, Accesibility Benefit by 3,829, Amenity Benefit by 2,279, Ancillary Services Benefit by 1,964 parsially influence, and correlation between Tourism Services Benefit and Tourist Satisfaction is 0,673