

## **KETERKAITAN PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG BERWISATA DI DUSUN BAMBU LEISURE PARK BANDUNG**

**Fifi Nofiyanti**

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

fifi.nofiyanti04@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to determine the tourism products contained in Dusun Bambu Bandung according to the tourist product. Because of the famous Bamboo Village among urban communities namely Jakarta, Bekasi, and Bogor. This research method is descriptive quantitative with quisioner measurement and survey location. using SPSS 22.00 program. The result shows that 43,7% of visitor decision is influenced by tourism product, while the rest of 56,3% influenced by other factor hence there is influence between tourism product to decision of visitor in Dusun Bambu Leisure Park with perfect significance 0.000. The result of t test hypothesis shows that tourism product gives a real influence to the decision of visitor in Bamboo Leisure Park hamlet that is equal to 16.391. Based on the results of the research, there are several suggestions for Dusun Bambu Leisure Park covering the addition of new attractions, maintaining the cleanliness of the surrounding environment, instilling good image to visitors, repairing damaged roads, balancing product prices and improving the quality of tourism products in order to increase the decision.*

**Keywords:** *Tour Product, Visitor Decision, Bamboo Village*

## PENDAHULUAN

Pariwisata telah mengalami berbagai proses perubahan di berbagai wilayah, baik internasional maupun nasional. Ini disebabkan oleh kepentingan ekonomi, politik, sosial, budaya, ilmu pengetahuan, teknologi maupun perilaku wisatawan. Pariwisata dijadikan mesin pertumbuhan ekonomi yang dikembangkan secara besar-besaran dengan hasil yang menakjubkan. Namun, belum dapat dinikmati secara adil oleh semua pihak. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk menyejahterakan masyarakat sekitar yang berada pada lokasi wisata.

Provinsi Jawa Barat, merupakan salah satu wilayah tujuan wisata di Indonesia yang menawarkan berbagai macam atraksi wisata, baik atraksi wisata alam, wisata pantai, maupun wisata budaya. Jawa Barat terkenal dengan keindahan alam, hamparan sawah dan pegunungan yang sejuk sehingga menjadi daya tarik utama pariwisata. Terbukti dimana hampir sebagian besar wisata alam yang diminati oleh wisatawan mancanegara (wisman) adalah wisata agro.

Menurut Nurwitasari (2015:1), salah satu kota yang berada di Jawa barat adalah Kota Bandung yang merupakan destinasi yang menjadi pilihan favorit di Provinsi Jawa Barat. Warga masyarakat Kota Bandung memiliki kreatifitas yang tinggi, baik dibidang seni, kerajinan, kuliner, dan fashion, sehingga Kota Bandung kini dikenal sebagai kota wisata belanja dan wisata kuliner. Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi alam dan potensi ekonomi yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perkembangan perekonomian daerah maupun nasional. Salah satu potensi yang dimiliki Kabupaten Bandung Barat adalah potensi pariwisatanya seperti: Gunung Tangkuban Perahu disebelah utara sampai Taman Hutan Ir. H. Juanda di sebelah Selatan, Waduk Saguling disebelah Barat, dan Maribaya disebelah Timur.

## KAJIAN PUSTAKA

### Produk wisata dalam Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai bagi para pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler & Keller, 2009:5). Dapat disimpulkan bahwa pemasaran proses yang dilakukan pihak organisasi atau perusahaan kepada konsumen atau pelanggan guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang mengakibatkan timbal balik yang baik bagi keduanya. Pada saat ini industri jasa merupakan salah satu sektor ekonomi yang besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan industri jasa selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru sebagai akibat dari perkembangan teknologi.

Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2010:28) menyatakan bahwa: *Include all economics activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, timelines, comfort or health) that are essentially intangible concerns of it's first purchaser.*

Berdasarkan pengertian jasa di atas, jasa merupakan salah satu aktivitas yang dilaksanakan oleh organisasi atau perusahaan yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi, dan diproduksi pada saat bersamaan memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. Berdasarkan definisi jasa di atas maka jasa pada dasarnya merupakan sesuatu yang mempunyai karakteristik.

Produk wisata di dalam sebuah kawasan wisata atau daya tarik wisata memiliki beberapa komponen seperti yang dipaparkan oleh Cooper (2000:103, dalam Sugiana, 2011:81) menyatakan bahwa sebuah kawasan itu terdiri atas kombinasi dari 4

komponen kepariwisataan, keempat komponen tersebut terdiri dari :

- a. *Attraction* merupakan suatu objek yang memiliki daya tarik bagi seseorang untuk menikmati atau menyaksikan objek tersebut, yang terdiri atas: 1) Atraksi alam (*natural attraction*), 2) Atraksi budaya (*cultural attraction*) atau *man-made* dan, 3) Atraksi minat khusus (*special attraction*)
- b. *Accessibility* mencakup fasilitas prasarana dan sarana yang menjadi pendukung wisatawan untuk sampai ke kawasan wisatanya seperti kendaraan darat, laut dan udara, serta beragam fasilitas baik untuk layanan *local transport*, maupun *transport terminals*.
- c. *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat-tempat pembelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya seperti kebutuhan penunjang untuk kesehatan, perbankan, keamanan, dan layanan asuransi.
- d. *Ancillary service*, merupakan organisasi yang ditujukan untuk mendorong kepariwisataan kawasan bersangkutan. Beberapa organisasi dalam ansilari antara lain pihak pemerintah (misal departemen kepariwisataan, dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (antara lain asosiasi pengusaha perhotelan, bisnis perjalanan wisata, pemandu wisata dan lainnya).

Menurut Middleton (2009:123) produk wisata terdiri dari *destination attractions, destination facilities and services, accessibility of the destination, images of the destination*, dan *price to the consumer*.

### **Komponen Produk wisata**

#### **a. Destination attractions**

Atraksi merupakan salah satu komponen yang terdapat dalam komponen produk wisata yang akan menjadi penarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata. Menurut Yoeti (2008:16) menyatakan bahwa semua objek dan atraksi yang tersedia

sebagai daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung ke negara, kota atau daerah tujuan wisata tersebut. Termasuk kelompok: *natural resources, cultural resources, theme parks, sport activities* dan *events*.

Menurut Middleton (2009:123) : *These are the component elements within the destination that largely determine consumers' choice and influence prospective buyers' motivations. They include: Natural attractions: landscape, seascape, beaches, climate, flora and fauna and other geographical features of the destination and its natural resources. Built attractions: buildings and tourism infrastructure including historic and modern architecture, monuments, promenades, parks and gardens, convention centres, marinas, ski slopes, industrial archaeology, managed visitor attractions generally, golf courses, speciality shops and themed retail areas. Cultural attractions: history and folklore, religion and art, theatre, music, dance and other entertainment, and museums; some of these may be developed into special events, festivals and pageants. Social attractions: way of life and customs of resident or host population, language and opportunities for social encounters.*

### **METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini adalah Dusun Bambu *Leisure Park* yang terletak di Lembang, Bandung Barat. Penelitian ini terdiri dari variabel *independent* (X) (variabel bebas) adalah produk wisata dan variabel *dependent* (Y) (variabel terikat) yaitu keputusan berkunjung. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar-fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:29). Selain itu penelitian deskriptif menurut Sugiyama (2008:37) adalah riset yang berupaya mengumpulkan data, menganalisis secara kritis atas data-data tersebut menyimpulkan

berdasarkan fakta-fakta pada masa penelitian berlangsung atau masa sekarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang variabel.

Penelitian deskriptif dapat menghasilkan deskripsi dari masing-masing variabel mengenai tanggapan responden, yaitu produk wisata dan keputusan berkunjung di Dusun Bambu *Leisure Park*. Sementara metode penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menguji hasil hipotesis penelitian deskriptif dengan hitungan statistik. Objek dalam penelitian ini adalah Dusun Bambu *Leisure Park* yang terletak di Lembang, Bandung Barat. Penelitian ini terdiri dari variabel *independent* (X) (variabel bebas) adalah produk wisata dan variabel *dependent* (Y) (variabel terikat) yaitu keputusan berkunjung. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar-fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:29). Selain itu penelitian deskriptif menurut Sugiama (2008:37) adalah riset yang berupaya mengumpulkan data, menganalisis secara kritis atas data-data tersebut menyimpulkan berdasarkan fakta-fakta pada masa penelitian berlangsung atau masa sekarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang variabel. Penelitian deskriptif dapat menghasilkan deskripsi dari masing-masing variabel mengenai tanggapan responden, yaitu produk wisata dan keputusan berkunjung di Dusun Bambu *Leisure Park*. Sementara metode penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menguji hasil hipotesis penelitian deskriptif dengan hitungan statistik.

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup produk wisata (X) dengan sub variabelnya yaitu *destination attractions, destination facilities and services, accessibility of the destination,*

*images of the destination,* dan *price to the consumer* terhadap keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari beberapa indikator pemilihan produk, pemilihan merk, pemilihan waktu berkunjung dan pemilihan jumlah pengunjung. Dalam penelitian ini, pengukuran variabel pada kuesioner menggunakan pengukuran skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2014:107). Skala *likert* adalah skala yang dirancang untuk menguji apakah responden sangat tidak setuju (*strongly disagree*) atau sangat setuju (*strongly agree*) terhadap obyek psikologis yang dinilainya (Sugiama, 2008:98). Dalam penelitian ini setiap skala memiliki nilai masing-masing sebagai berikut:

Tabel 1. Skala *Likert*

Angka	Keterangan	Singkatan
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber: Sugiama, 2008:102

Nilai skala *likert* berdasarkan perhitungan rumus. Dapat diambil angka terbesar dari skala *likert*, yaitu 5 lalu dikurangi angka terkecil, yaitu 1 dan kemudian dibagi 5. Dari penjelasan tersebut dapat menghasilkan rumus:  $5 - 1 : 5 = 0,8$ . Hasil dari perhitungan rumus diatas menghasilkan angka 0,8. Dapat diartikan angka 0,8 menjadi interval dari nilai skala *likert*.

### Populasi dan Sampel

Sugiono (2014:90), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiama (2008:115) populasi adalah sekumpulan dari individu yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, atau keseluruhan

objek yang dibatasi kriteria tertentu. Berdasarkan pengertian di atas maka target populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang berwisata ke Dusun Bambu *Leisure Park*.

Sugiyama (2008:116), sampel adalah suatu bagian yang diambil dari sebuah populasi untuk menentukan sifat serta ciri-ciri yang dikehendaki dari populasi bersangkutan. *sampling* adalah suatu proses penggunaan suatu bagian sejumlah kecil anggota dari sebuah populasi untuk membuat kesimpulan mengenai keseluruhan dari individu dalam populasi bersangkutan.

Menurut Sugiono (2014:91) teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang akan dipilih untuk menjadi sampel.

Jenis teknik yang akan digunakan dalam *non probability sampling* yaitu *insidental sampling* yaitu dengan cara pengambilan sampel menurut pertimbangan subjektif, baik menyangkut ukuran sampel maupun penunjukan individu anggota sampel dari anggota populasi bersangkutan. Sugiono (2012:85), teknik ini juga bisa disebut penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam mengambil *sampling* beberapa rumus yang digunakan untuk menentukan besaran sampel yang akan diambil dari populasi. Sampel yang diambil adalah pengunjung yang ada di kawasan saat peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Untuk memperoleh sampel minimal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengikuti ketentuan yang dikemukakan oleh Isaac dan Michael, dengan aturan sebagai berikut:

Tabel 2. Penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
N	S			N	S			N	S		
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Diketahui dari jumlah pengunjung yang berwisata ke Dusun Bambu *Leisure park* pada bulan Januari – Oktober 2017 kurang lebih N = **505.168** dengan tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 5% atau 0.05. dilihat dari tabel di atas, dari jumlah sampel **505.168 - 500.000** dengan kesalahan 5% maka sampel untuk penyebaran kuesioner dilakukan kepada 348 orang. Agar menghindari kemungkinan dari ketidaksesuaian data (*unvalid*), maka kuisisioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 360 kuisisioner.

### Analisis Regresi

Penelitian ini melakukan analisis regresi untuk melihat apakah produk wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*. Analisis yang akan digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan variabel *independent* yaitu produk wisata yang terdiri dari *destination attractions, destination facilities and services, accessibility of the destination,*

*images of the destination*, dan *price to the consumer*.

Variabel *dependent* (Y) (variabel terikat) yaitu keputusan berkunjung yang terdiri atas pemilihan produk, pemilihan merk, pemilihan waktu berkunjung dan pemilihan jumlah pengunjung. Dengan melakukan analisis regresi maka akan diketahui hubungan antara satu variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*. Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana karena terdiri dari satu variabel *independent* dan satu variabel *dependen*. Dalam penelitian didapat rumus persamaan regresi (Umar, 2009):

$$Y = a + bx$$

Y = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel dependen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Dusun Bambu *Leisure Park*

Berdiri seluas 15 hektar dibawah kaki Gunung Burangrang, Dusun Bambu *Family Leisure Park* semula adalah lahan yang ditinggalkan para petani sekitar dalam keadaan yang memprihatinkan. Pada tahun 2008 sekumpulan pengusaha Indonesia berinisiatif untuk memperbaiki ekosistem lahan yang rusak ini dan menjadikannya sebuah surga dan lahan konservasi bambu.

Dimulai dari kesuksesan Kampung Daun *Cultural Gallery and Cafe*, Dusun Bambu pun memiliki konsep yang mengedepankan keindahan alam yang hijau. Proyek Dusun Bambu dimulai dengan melakukan penghijauan melalui penanaman lebih dari 100.000 pohon di Dusun Bambu dan area sekitar untuk menghidupkan kembali surga yang telah hilang.

### Produk Wisata Dusun Bambu *Leisure Park*

#### 1) Sayang Heulang

Mengadopsi konsep kamp premium, Sayang Heulang dibedakan dari standar berkemah dengan menambahkan fasilitas

modern yang memungkinkan para pengunjung merasa istimewa ketika menghabiskan malam di tempat terbuka. Ini adalah alternatif yang ramah lingkungan dengan konsep hotel umum dan pilihan yang sempurna lokasi untuk individu atau kelompok berkemah.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 1. Sayang Heulang Dusun Bambu *Leisure Park*

#### 2) Burangrang

Cafe Burangrang adalah salah satu permata mahkota di Dusun Bambu, disini merupakan area cafe yang menyediakan beberapa makanan dan minuman, baik untuk sarapan, makan siang, makan malam, makanan ringan dan hanya untuk sekedar meminum kopi dan teh dengan pemandangan indah gunung Burangrang. Cafe ini merupakan cafe terbesar di Dusun Bambu, selain makan dan minum, di cafe ini pun pengunjung dapat mengadakan pertemuan keluarga seperti arisan, meeting dan lain sebagainya.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 2. Burangrang Dusun Bambu *Leisure Park*

#### 3) Lutung Kasarung

Lutung Kasarung merupakan tempat makan yang sangat unik di Dusun Bambu *Leisure Park*, unik karena memiliki arsitektur yang berbeda dengan tempat makan yang biasa. Di sini para pengunjung

bisa merasakan bagaimana makan di sangkar burung, untuk bisa makan di Lutung Kasarung ini pengunjung perlu membeli makanan minimal 250.000 untuk satu sangkar burung. Selain itu Lutung Kasarung menyajikan variasi menu dari internasional hingga makanan sunda .

Kisah romantis Lutung Kasarung adalah inspirasi utama untuk Dusun Bambu *Family Leisure Park* untuk membuat sebuah restoran di atas pohon. Berurusan dengan kisah Purbasari Danau yang terletak di pusat wilayah desa, Lutung Kasarung restoran yang memiliki konsep arsitektur sangkar burung datang untuk menggambarkan diorama dari seluruh gambar pemandangan gunung.



sumber: dokumen pribadi

Gambar 3. Lutung Kasarung Dusun Bambu *Leisure Park*

#### 4) Purbasari

Purbasari juga merupakan tempat makan yang cukup menarik untuk di nikmati, karena di sini bukan hanya sangkar burung lagi, namun pengunjung dapat menyantap makanan di dalam gazebo “lesehan”. Selain itu pengunjung juga dapat menikmati indahnnya danau buatan dan gunung Burangrang.

Saung Purbasari menjadi gambar Princess Purbasari Ayuwangi dengan kapasitas 4 sampai 12 orang, pada masing-masing gazebo memiliki tema yang berbeda-beda, untuk itu pengunjung akan merasa nyaman di tempat ini. Purbasari pun memiliki danau Purbasari yang juga menjadi ikon Dusun Bambu *Leisure Park*.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 4. Danau dan Saung Purbasari  
Dusun Bambu *Leisure Park*

#### 5) Pasar Katulistiwa

Pasar Khatulistiwa merupakan pusat jajanan atau tempat oleh-oleh bagi para pengunjung yang berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*. Di sini para pengunjung dapat menikmati jajanan khas bandung seperti keripik, mie lidi, minuman, makanan tradisional dan lain sebagainya. Selain itu, pengunjung dapat membeli oleh-oleh seperti mainan khas bandung, baju, souvenir, gantungan kunci, permainan khas bandung, dan masih banyak lagi. Selain makanan ringan, pasar katulistiwa pun menyediakan beberapa makanan berat dan minuman, seperti ayam penyet, nasi tutug oncom, *Creeps*, baso tahu, kopi dan lain sebagainya yang akan memenuhi kebutuhan para pengunjung.



Sumber: Dokumen pribadi

Gambar 5. Pasar Katulistiwa Dusun Bambu  
*Leisure Park*

#### 6) Sampan Sangkuriang

Daerah keindahan alam Dusun Bambu *Family Leisure Park* dimaksudkan untuk dieksplorasi. Salah satu cara terbaik untuk mengalami ekosistem menarik ini dengan meraih dayung dan mengambil kano keluar ke saluran air.

Para pengunjung dapat merasakan kano ini dengan membayar uang sebesar Rp.20.000, dengan satu kali putaran dan ditemani oleh para pendayung yang sudah handal.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 6. Sampan Sangkuriang Dusun Bambu *Leisure Park*

### 7) *Achery*

*Achery* merupakan olahraga tangan yang ada di Dusun Bambu *Leisure Park*. Semua peralatan baik busur maupun anak panah sudah tersedia. Selain itu juga terdapat beberapa permainan lain seperti *ATV*, *Paint Ball* dan bebedilan yang merupakan olahraga permainan lainnya yang ditawarkan oleh Dusun Bambu *Leisure Park*.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 7. *Achery* Dusun Bambu *Leisure Park*

### 8) *Bamboo playground*

Belajar dan bermain adalah dua elemen dasar dari dunia anak-anak. Melalui permainan, anak-anak Anda akan belajar tentang alam dan mendapatkan pengalaman alam mereka sendiri. *Bambu Playground Corps*, atau *Tigers Negara Corps* adalah tempat bagi anak-anak Anda untuk belajar

dan bermain sambil bersenang-senang menjelajahi Dusun Bambu *Family Leisure Park*. Untuk masuk ke dalam permainan ini perlu membayar tiket sebesar Rp. 50.000, meskipun harganya cukup fantastis, namun anak-anak akan merasa senang bermain di *Bamboo Playground* ini, karena bukan sekedar bermain, di sini anakanak dapat belajar sambil bermain dengan di awasi oleh beberapa pengawas, agar anak-anak terjaga dan terlindungi.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 8. *Bamboo Playground* Dusun Bambu *Leisure Park*

*Hiking*, belajar tentang tali-temali, panen produk pertanian, bermain permainan tradisional, atau bahkan tidur di area *outdoor* dengan anggota korps *Bambu Playground* lainnya.

### 9) *Arimbi*

Taman bunga arimbi merupakan taman bunga yang terbesar yang ada di Dusun Bambu *Leisure Park*. di sini pengunjung dapat menikmati keindahan bunga-bunga yang indah, pengunjung dapat berfoto di antara bunga-bunga, dengan pemandangan langsung kaki gunung burangrang, yang akan mempercantik foto.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 9. *Arimbi* Dusun Bambu *Leisure Park*

Bunga merupakan inspirasi bagi setiap manusia. Di taman bunga arimbi ini pengunjung dapat bersantai, mengambil gambar dan bermain di sekitar hamparan bunga yang indah.

### 10) Camping

Dusun Bambu *Family Leisure Park* menyediakan area camping untuk para pengunjung yang bosan bermalam di hotel maupun diantara dinding-dinding. *Camping* ini bukan *camping* biasa, konsep alam dan modern dipadukan menjadi satu. Apabila pengunjung menggunakan fasilitas ini untuk menginap di Dusun Bambu *Leisure Park*, pengunjung tak perlu khawatir mengenai makan, tempat tidur, toilet dan lainnya, karena di sini akan disediakan, matras yang tebal, selimut, *sleepingbed*, alat mandi, kopi, teko pemanas air, dan fasilitas lain yang ada di hotel. Kawasan ini merupakan kawasan *Private*, jadi pengunjung tidak akan terganggu oleh pengunjung lain.



Sumber: Dokumen Dusun Bambu *Leisure Park*, 2017

Gambar 10. Camping Bambu *Leisure Park*

Hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilaksanakan yaitu:

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* statistika SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22 dan Microsoft Excel versi 2010. Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa kuesioner dalam pengumpulan data.

Hasil perolehan kuesioner dari bentuk angka kedalam bentuk kalimat agar penelitian ini mudah dipahami oleh pembaca. Adapun data yang akan didapatkan yaitu: profil responden, dimensi produk wisata dan dimensi keputusan untuk berkunjung, serta

pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung.

### Profil Pengunjung

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak mengunjungi Dusun Bambu *Leisure Park* adalah responden dengan usia 16 – 25 tahun, artinya bahwa pada usia tersebut responden mayoritas masih sekolah atau kuliah sehingga memiliki waktu luang untuk berwisata. Profil responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas yang datang ke Dusun Bambu *Leisure Park* adalah Perempuan, artinya perempuan lebih menyukai kegiatan wisata Dusun Bambu *Leisure Park* dibandingkan dengan laki-laki, karena laki-laki lebih menyukai wisata yang menguji adrenalin seperti *Trekking*, *hiking*, *climbing* dan lain sebagainya. Dalam kategori pekerjaan yang paling banyak berkunjung ke Dusun Bambu *Leisure Park* yaitu pelajar/mahasiswa, yang artinya bahwa siswa dan mahasiswa masih memiliki waktu luang untuk berlibur atau berwisata, ini juga dapat dikaitkan dengan profil usia responden yang mayoritas 16 – 25 tahun, yakni pada usia tersebut kebanyakan adalah golongan pelajar dan mahasiswa.

Kategori rata-rata pendapatan yang paling banyak pendapatan responden sebesar 0 atau belum berpenghasilan, ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang ke Dusun Bambu *Leisure Park*, dan dapat dilihat, mayoritas pengunjung masih berstatus pelajar atau mahasiswa yang kebanyakan masih belum memiliki pekerjaan.

Mayoritas pengunjung berasal dari daerah Jawa Barat, karena Dusun Bambu *Leisure Park* merupakan destinasi wisata yang ada di Jawa Barat, maka mayoritas pengunjung pun berasal dari Jawa Barat, dengan alasan jarak dari rumah pengunjung dekat dan biaya yang dikeluarkan pun tidak banyak. Selain itu mayoritas pengunjung hanya datang sekali saja, hal ini dikarenakan Dusun Bambu *Leisure Park* memiliki tempat yang tidak begitu luas dan tempat setiap aktivitas pun berdekatan dengan dibantu

mobil wara-wiri, akan memudahkan pengunjung untuk sampai ke tempat-tempat yang ada di Dusun Bambu *Leisure Park*, sehingga semua aktivitas dapat dilakukan hanya beberapa jam. Jadi pengunjung berpikir untuk tidak mengunjungi Dusun Bambu *Leisure Park*, karena semua aktivitas sudah mereka lihat dan mereka mainkan.

Teman atau Kerabat dan Media sosial merupakan informasi yang cepat dalam hal marketing, karena seiring berjalannya teknologi dengan mudah pengunjung akan langsung mengetahui destinasi wisata mana yang baru di buka dan *booming*, selain itu *word by mouth* pun merupakan marketing yang paling jitu, apalagi ditambah dengan *excited* nya pengalaman teman atau rekan yang sudah datang ke Dusun Bambu *Leisure Park* lalu mereka menceritakan kepada temannya, maka temannya pun akan tertarik untuk mengunjungi Dusun Bambu *Leisure Park*.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada pada kuesioner agar diketahui bahwa pernyataan tersebut benar-benar dapat menjadi alat ukur ataukah tidak. Jika setelah diukur namun menghasilkan validitas rendah, maka alat ukur tersebut tidak digunakan karena apabila alat ukur tersebut tetap digunakan akan menghasilkan data yang tidak diharapkan.

Hasil uji validitas dari penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing variabel. Jumlah kuesioner yang telah diisi oleh responden berjumlah 348 kuesioner. Dengan demikian menurut Sugiyama (2008), maka dapat dilakukan perhitungan  $df = \text{Jumlah Kasus} - 2$  dalam penelitian ini dihitung  $df = 348 - 2 = 346$  dengan kepercayaan 95% atau dengan tingkat kesalahan 5%. Pada *r* tabel untuk jumlah 346 dengan signifikansi tingkat kesalahan 95% didapat nilai 0,113 (Sugiono, 2012) artinya jika *r* hasil lebih besar dari pada *r* tabel maka pernyataan yang diajukan dalam kuesioner tersebut dapat dipahami oleh responden atau dengan kata lain *valid*.

Berikut hasil dari pengolahan data 348 responden:

Tabel 3. Validitas 348 Responden

No	Bulir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Ket.
1	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> sangat menarik	,361	Valid
2	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> nyaman	,459	Valid
3	Menariknya atraksi wisata taman bunga Arimbi	,377	Valid
4	Menariknya atraksi wisata Danau Purbasari	,449	Valid
5	Menariknya kegiatan wisata panahan, bebedilan, paintball	,399	Valid
6	Menariknya kegiatan wisata sampan sanguriang	,413	Valid
7	Menariknya kegiatan camping	,458	Valid
8	Menariknya kegiatan ATV	,441	Valid
9	Beragamanya kegiatan wisata di Dusun Bambu	,367	Valid
10	Tersedianya toilet, tempat sampah dan lain-lain	,387	Valid
11	Tersedianya pusat informasi, penginapan, restoran	,443	Valid
12	Kondisi toilet, tempat sampah dll terawat dengan baik	,411	Valid
13	Kondisi pusat informasi, penginapan, restoran dll terawat	,425	Valid
14	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> mudah dijangkau	,329	Valid
15	Tersedianya sarana transportasi umum	,283	Valid
16	Jalan menuju Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> sudah baik	,346	Valid
17	Tersedia papan petunjuk arah	,439	Valid
18	Mudahnya mendapatkan informasi	,438	Valid
19	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> memiliki citra yang baik	,453	Valid
20	Citra Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> sebagai Ekowanawisata	,420	Valid
21	Merekendasikan Dusun Bambu kepada orang lain	,458	Valid
22	Harga tiket masuk Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> terjangkau	,383	Valid
23	Terjangkaunya harga makanan, minuman dan oleh-oleh	,472	Valid
24	Terjangkaunya harga Permainan	,531	Valid
25	Saya berkunjung karena Dusun Bambu sangat menarik	,588	Valid
26	Saya berkunjung karena fasilitas sudah lengkap	,537	Valid
27	Saya berkunjung karena mudahnya jalan	,413	Valid
28	Saya berkunjung karena citra Dusun Bambu sudah baik	,496	Valid
29	Saya berkunjung karena terjangkau biaya	,407	Valid
30	Berkunjung karena citra nyasebagai Ekowanawisata	,510	Valid

### Analisis Regresi Produk Wisata terhadap Keputusan Pengunjung Berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Jika ternyata adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut, maka dapat diketahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel produk wisata terhadap variabel keputusan berkunjung. Dapat dilihat tabel 4 *model summary*, dari hasil dari data tersebut dapat diketahui seberapa besar pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung. Untuk melihat hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Model Summaryb

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the estimate
1	,661 <sup>a</sup>	,437	,435	3,568

Pada tabel 4 diatas, dapat dilihat terdapat nilai *R Square* sebesar 0,437 yang artinya sedang. Hal ini menunjukkan bahwa 43,7% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh produk wisata. Sedangkan 56,3% (100% - 43,7%) keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor lain. faktor lainnya dapat

digambarkan seperti kualitas pelayanan, pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh pihak Dusun Bambu *Leisure Park*. Secara keseluruhan bahwa produk wisata tidak memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*.

Tabel 5. Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,432	2,201		2,468	,014
1 Produk Wisata	,390	,024	,661	16,391	,000

Sumber: Pengolahan data SPSSversi 22

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka formula persamaan regresi adalah  $Y=a+bx$  atau dalam arti  $Y = 5,432 + 0,390x$  yang digunakan dalam model regresi. Angka-angka tersebut diartikan sebagai nilai konstanta (a) adalah 5.432%, artinya jika Produk Wisata nilainya adalah 0, maka Keputusan Berkunjung nilainya positif yaitu 5.432%,. Koefisien regresi variabel Produk Wisata sebesar 0,390%, artinya jika Produk Wisata mengalami peningkatan sebesar 1%, maka Keputusan Berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,390%. Koefisien bernilai positif yang artinya telah terjadi hubungan yang positif antara produk wisata dengan keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, jika Produk Wisata Dusun Bambu *Leisure Park* semakin ditingkatkan, maka akan semakin meningkatkan kunjungan ke Dusun Bambu *Leisure Park*.

Pada angka 0,390 memiliki hasil signifikansi sempurna dengan nilai 0.000. Selain itu, diperoleh *T hasil* sebesar 16,391 dan *T tabel* dari responden 348 dengan kesalahan 5% atau keakuratan 95% maka dapat dinilai *T tabelnya* adalah 1,950 (Sugiono,2012) yang artinya bahwa produk wisata mempengaruhi keputusan berkunjung. Dilihat dari hasil angka di atas secara keseluruhan memiliki angka yang positif yang berarti bahwa hubungan 2 variabel tersebut searah positif, dimana keputusan berkunjung terjadi karena adanya produk

wisata yang dimiliki oleh Dusun Bambu *Leisure Park*.

### Analisis Deskriptif Produk wisata

Analisis deskripsi mengenai produk wisata ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian yang telah dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa dimensi yang terdapat dari variabel produk wisata, yaitu: *destination attraction, destination facilities and service, accessibilities, image of the destination, dan price to the consumers.*

### Analisis Deskriptif Dimensi Destination Attraction

Tabel 6. Dimensi Destination Attraction

No	Dimensi Destination Attraction	Mean	Hasil
1	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> sangat menarik	4,04	Menarik
2	Dusun Bambu <i>Leisure Park</i> nyaman	4,07	Nyaman
3	Menariknya atraksi wisata taman bunga Arimbi	3,88	Menarik
4	Menariknya atraksi wisata Danau Purbasari	4,06	Menarik
5	Menariknya kegiatan wisata panahan, bebedilan, <i>paintball</i>	3,82	Menarik
6	Menariknya kegiatan wisata sampan sangkuriang	3,95	Menarik
7	Menariknya kegiatan camping	3,90	Menarik
8	Menariknya kegiatan ATV	3,79	Menarik
9	Beragamnya kegiatan wisata di Dusun Bambu	3,95	Beragam
<b>Rata - rata</b>		<b>3,94</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SPSS 22

Terdapat 9 pernyataan mengenai dimensi *Destination Attraction* Dusun Bambu *Leisure Park*. Nyamannya Dusun Bambu *Leisure Park* (poin 2) memiliki nilai rata-rata tertinggi 4,07 yang artinya Dusun Bambu *Leisure Park* sangat nyaman untuk dikunjungi, selanjutnya Danau Purbasari pun (poin 4) menjadi *icon* marketing untuk mendatangkan pengunjung datang ke Dusun Bambu *Leisure Park* dengan rata-rata nilai 4,06.

Selanjutnya menariknya Dusun Bambu *Leisure Park* (poin 1) memiliki daya tarik atau *icon* tersendiri yaitu penyemaian bambu, dimana hampir rata-rata *material* yang digunakan untuk membuat suatu bangunan berasal dari bambu dengan rata-rata nilai 4,04. Selanjutnya Dusun Bambu *Leisure Park* memiliki beragam atraksi wisata (poin 9) seperti memanah, *camping*, sampan sangkuriang, ATV, Taman bunga dan lain lain, keragaman atraksi yang ada di Dusun Bambu *Leisure Park* mendapatkan rata-rata

nilai 3,95 sama halnya dengan menariknya kegiatan wisata sampan sangkuiang (poin 6) di Danau Purbasari memiliki nilai rata-rata 3,95 yang artinya menarik untuk dikunjungi.

### Analisis Deskriptif Dimensi Destination Facilities and Service

Tabel 6. Dimensi Destination Facilities and Service

No	Dimensi Destination Facilities & Service	Mean	Hasil
1	Tersedianya toilet, tempat sampah dan lain-lain	4,20	Tersedia
2	Tersedianya pusat informasi, penginapan, restoran	4,05	Tersedia
3	Kondisi toilet, tempat sampah dll terawat dengan baik	3,88	Terawat
4	Kondisi pusat informasi, penginapan, restoran dll terawat	3,94	Terawat
Rata - rata		4,02	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SPSS 22

### Analisis Deskriptif Accessibilities of The Destination

Tabel 7: Dimensi Accessibilities of The Destination

No	Dimensi Accesibilities of the Destination	Mean	Hasil
1	Dusun Bambu Leisure Park mudah dijangkau	3,59	Terjangkau
2	Tersedianya sarana transportasi umum	3,20	Kurang Tersedia
3	Jalan menuju Dusun Bambu Leisure Park sudah baik	3,50	Baik
4	Tersedia papan petunjuk arah	3,80	Tersedia
5	Mudahnya mendapatkan informasi	4,00	Mudah
Rata - rata		3,62	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SPSS 22

### Analisis Deskriptif Image of The Destination

Tabel 8: Dimensi Image of The Destination

No	Dimensi Image of Destination	Mean	Hasil
1	Dusun Bambu Leisure Park memiliki citra yang baik	4,03	Baik
2	Citra Dusun Bambu Leisure Park sebagai Ekowanawisata	3,99	Sesuai
3	Merekomendasikan Dusun Bambu kepada orang lain	4,04	Setuju
Rata - rata		4,02	Baik

### Analisis Deskriptif Price to The Consumers

Tabel 9. Dimensi Price to The Consumers

No	Dimensi Price of Consumers	Mean	Hasil
1	Harga tiket masuk Dusun Bambu Leisure Park terjangkau	3,95	Terjangkau
2	Terjangkaunya harga makanan, minuman dan oleh-oleh	3,16	Cukup Terjangkau
3	Terjangkaunya harga Permainan	3,28	Cukup Terjangkau
Rata - rata		3,47	Baik

### Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Produk Wisata Dusun Bambu Leisure Park

Tabel 10. Dimensi Produk Wisata

No	Dimensi Produk Wisata	Mean	Hasil
1	Destination Attraction	3,94	Baik
2	Destination Facilities & Service	4,02	Baik
3	Accessibilities of the Destination	3,62	Baik
4	Image of Destination	4,02	Baik
5	Price of Consumers	3,47	Baik
RATA-RATA		3,81	Baik

Menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan pengunjung terhadap produk wisata yang terdiri atas Destination Attraction, Destination Facilities & Service, Accessibilities of The Destination, Image of Destination dan Price ti the Comsumers adalah sebesar 3,81 yang artinya baik.

### Keputusan Pengunjung Berwisata di Dusun Bambu Leisure Park

Keputusan berkunjung merupakan keputusan dimana pengunjung benar-banar melakukan penelitian untuk berujung ke sebuah daya tarik wisata berdasarkan pertimbangan dan informasi yang telah didapat. Baik buruknya sebuah produk wisata yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang. Analisis deskripsi mengenai keputusan berkunjung ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian yang telah dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa dimensi yang terdapat dari variabel keputusan berkunjung,

yaitu: Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Waktu kunjungan dan Jumlah Kunjungan.

Tabel 11. Dimensi Pemilihan Produk

No	Pemilihan Produk	Mean	Hasil
1	Saya berkunjung karena Dusun Bambu sangat menarik	3,91	Menarik
2	Saya berkunjung karena fasilitas sudah lengkap	3,72	Lengkap
3	Saya berkunjung karena mudahnya jalan	3,46	Mudah
4	Saya berkunjung karena citra Dusun Bambu sudah baik	3,98	Baik
5	Saya berkunjung karena terjangkau biaya	3,63	Terjangkau
Rata - rata		3,74	Baik

Terdapat 5 pernyataan mengenai dimensi pemilihan produk di Dusun Bambu *Leisure Park*. Hampir semua orang mengunjungi sebuah destinasi wisata karena atraksi yang menarik dan citra yang baik yang dimiliki oleh sebuah destinasi. Alasan tertinggi pengunjung ingin berwisata ke Dusun Bambu *Leisure Park* yaitu melihat citra sebuah destinasi wisata baik dengan kata lain banyak pengunjung yang berwisata ke destinasi wisata tersebut karena citra yang dimiliki baik atau yang sedang *Booming* maka para pengunjung akan langsung secara otomatis berwisata destinasi wisata tersebut.

#### Uji Hipotesis t (Pengujian Hipotesis)

Uji hipotesis t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) (Priyanto, 2009). Rumusan hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut :

**Ho** Tidak terdapat pengaruh produk wisata terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*

**Ha** Terdapat pengaruh antara produk wisata terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*

Untuk uji hipotesis penulis menggunakan program SPSS 22.00 dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan 2 sisi atau dua arah. Untuk menguji hipotesis tersebut, maka t hitung pada tabel perlu dibandingkan dengan t tabel. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Namun jika hitung > t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 12. Uji Hipotesis t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,432	2,201		2,468	,014
X	,390	,024	,661	16,391	,000

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 22

Rumusan untuk menghitung rumusan t tabel:

t hitung = 16.391

t tabel dilihat pada taraf signifikansi

5% : 2 = 0,05:2 = 0,025 dengan derajat kebebasan  $df = \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} = 348 - 2 = 346$  (1.960) (Sugiono, 2012)

Dapat dilihat pada tabel 12, bahwa produk wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan pengunjung berwisata. Hal itu ditunjukkan pada kolom nilai *T* yang positif sebesar 16.391 dengan nilai signifikansi 0.000 serta *T hasil* > daripada *T tabel*, sehingga **Ho ditolak** dan **Ha diterima**. Dengan demikian, analisis regresi ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara produk wisata terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*. Namun, ada faktor atau variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung seperti kualitas pelayanan, pemasaran dan promosi.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif antara pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung di Dusun Bambu *Leisure Park* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum produk wisata yang terdiri dari *destination attractions, destination facilities and services, accessibilities of the destinations, image of the destinations, price to the consumers* telah dirasakan baik oleh pengunjung. Penilaian tertinggi diperoleh *image of the destination* dan *destination facilities and services*, sedangkan penilaian terendah diperoleh *price of consumers*.

2. Keputusan berkunjung di Dusun Bambu *Leisure Park* menurut tanggapan pengunjung secara umum berada pada kategori baik. Aspek yang mendapat penilaian tertinggi adalah pemilihan merek dan pemilihan waktu kunjungan
3. Adanya keterkaitan yang kuat antara produk wisata dengan keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park*. Dengan kata lain semakin baik produk wisata yang dimiliki oleh Dusun Bambu *Leisure Park*, maka akan semakin meningkatkan keputusan berkunjung ke Dusun Bambu *Leisure Park*.
4. Hasil hipotesis uji t menunjukkan produk wisata memberikan keterkaitan secara nyata terhadap keputusan pengunjung berwisata di Dusun Bambu *Leisure Park* yaitu sebesar 16.391.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Nurwitasari, Ayu. 2015. *Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kota*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Jurnal BARISTA. Volume 2, Nomor 1.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2009. *Marketing management: thirteen edition*. New Jearsey :Pearson Prentice Hall.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metode penelitian dalam bidang kepariwisataan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Middleton, Victor T.C.dkk. 2009. *Marketing in Travel and Tourism. Fourth Edition*
- Sugiama, Gima A. 2008. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Garudaya Intimarta
- .2011. *Eco Tourism*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- .2014. *Metode penelitian administrasi*.Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.