

Hubungan Daya Tarik Objek Wisata dan Motivasi Wisatawan di Kawasan Gunung Patuha, Kabupaten Bandung, Jawa Barat = Tourist Attraction and Tourist Motivation in The Patuha Mountain Area, West Java

Dema Amalia Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493088&lokasi=lokal>

Abstrak

Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung tahun 2007-2027 menetapkan Kawasan Gunung Patuha sebagai salah satu kawasan yang memiliki peran khusus untuk sektor pariwisata. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik dan motivasi wisatawan pada objek wisata serta hubungan antara keduanya di Kawasan Gunung Patuha. Penilaian daya tarik objek wisata didasarkan kepada kelengkapan fasilitas wisata dan aksesibilitas. Sedangkan penilaian motivasi wisatawan didasarkan pada preferensi wisatawan, kebutuhan wisatawan, dan status perjalanan wisatawan. Variabel penelitian dianalisis menggunakan analisis spasial dan uji statistik chi square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik objek wisata di kawasan tersebut bervariasi. Objek wisata dengan nilai daya tariknya tinggi memiliki kecenderungan berada pada lokasi yang saling berdekatan, sedangkan daya tarik sedang dan daya tarik rendah berada pada lokasi yang berjauhan. Wisatawan yang berkunjung di Kawasan Gunung Patuha didominasi oleh tipe motivasi wisatawan semi pelancong. Motivasi wisatawan yang berkunjung pada objek wisata tidak dipengaruhi oleh daya tarik objek wisata berdasarkan kelengkapan fasilitas wisata. Hal ini dikarenakan meskipun objek wisata memiliki ketersediaan fasilitas wisata yang lengkap, wisatawan yang berkunjung terkadang hanya berfokus kepada atraksi yang disediakan dibandingkan pada kelengkapan fasilitas wisata tersebut.

.....The Bandung Regency Spatial Plan for 2007-2027 regulates The Patuha Mountain Area as one of the regions that has a special role for the tourism sector. This research was conducted to find out the attractiveness and motivation of tourists on tourist attractions as well as the relationship between them in The Patuha Mountain Area. Assessment of tourist attraction in accordance with the completeness of tourist facilities and accessibility. Meanwhile, assessment of tourist motivation based on tourist preferences, tourist needs, and tourists travel status. The research variables were analyzed using spatial analysis and chi square test statistics.

Results demonstrated that attractiveness of tourist attractions in the region varies. Tourist attraction with high attractiveness value are located in close proximity to each other, while medium and low attractiveness value are in far apart locations. Tourist motivation visiting The Patuha Mountain Area are dominated by flashpacker types and not influenced by the attractiveness value of tourist attractions based on the completeness of tourist facilities. It was because although tourist attraction has the availability of complete tourist facilities, tourists who visit sometimes only focus at the attractions provided compared to the complete tourist facilities.