

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaanya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempercepat persahabatan antar bangsa.

Indonesia memiliki kekayaan alam dan budayanya menjadikan potensi wisata di Indonesia cukup tinggi. Potensi wisata Indonesia yang berlimpah harus dikelola dengan optimal oleh pemerintah maupun pihak – pihak di sekitar objek wisata tersebut, sehingga menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata lokal maupun mancanegara. Keunikan dan ciri khas yang dimiliki oleh masing-masing wisata yang ada di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung. Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata alam yang berlimpah yaitu di Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat memiliki potensi wisata yang beraneka ragam diantaranya yaitu wisata kuliner, wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan lainnya. Jawa Barat merupakan salah satu tujuan wisata karena memiliki berbagai sumber daya alam yang masih terjaga keasliannya, sehingga menjadi potensi besar untuk sektor pariwisata. Pengelolaan wisata yang baik akan mampu memberikan pendapatan

daerah. Jawa Barat dalam realisasi pendapatan pada tahun 2009-2015 memiliki peningkatan yang cukup signifikan.

Tabel 1.1
Realisasi Pendapatan Di Jawa Barat (Ribuan Rupiah)
Tahun 2009-2015

No	Tahun	Total
1	2009	30.651.056.185
2	2010	33.586.905.403
3	2011	41.564.307.754
4	2012	48.172.440.997
5	2013	55.847.857.573
6	2014	65.585.859.467
7	2015	67.013.126.958

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat 2015

Jawa Barat memiliki 1.480 objek wisata, dari jumlah tersebut ada sekitar 70 objek wisata yang tersebar di 27 kota dan kabupaten provinsi Jawa Barat. Dengan banyaknya objek wisata Jawa Barat, rata-rata kunjungan wisatawan nusantara mencapai 35-40 juta orang per tahun, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai satu juta orang per tahun. Banyaknya jumlah kunjungan wisatawan ke objek-objek wisata yang ada di Jawa Barat menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD). (sumber : <https://bapenda.jabarprov.go.id>)

Salah satu tujuan wisata yang diminati adalah wisata yang berada di Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. Kabupaten Purwakarta termasuk kategori Kabupaten terbaik ke 7 setelah kabupaten Bekasi dalam Indonesia's Attractiveness Index 2017. Indonesia Attractiveness merupakan survei yang dilakukan dengan cara pengukuran level daya tarik suatu daerah. Metode yang dilakukan adalah kontribusi PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dalam jumlah nilai tambah barang atau jasa yang dihasilkan dari seluruh kegiatan perekonomian disuatu daerah dan

sejumlah sektor yang menjadi kategori penilaian berupa investasi, infrastruktur, pariwisata dan pelayanan public. Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan mengenai kunjungan wisatawan ke Purwakarta pada tahun 2016 naik 100 persen. Pada tahun 2015 jumlah wisatawan di Purwakarta sebesar 500.000 wisatawan, kemudian pada tahun 2016 meningkat menjadi 1.000.000 wisatawan. (Sumber : <http://regional.kompas.com>)

Gambar 1.1

Kabupaten Terbaik di Jawa Barat

KABUPATEN TERBAIK

No	Nama Kabupaten	Index Total	Kriteria
1	KAB. BOGOR	84.10	Platinum
2	KAB. MOJOKERTO	84.02	Platinum
3	KAB. SIDOARJO	83.33	Platinum
4	KAB. BANYUWANGI	83.22	Platinum
5	KAB. KUDUS	81.62	Platinum
6	KAB. BEKASI	81.51	Platinum
7	KAB. PURWAKARTA	81.15	Platinum
8	KAB. CILACAP	80.91	Platinum
9	KAB. SLEMAN	80.90	Platinum
10	KAB. BADUNG	80.52	Platinum
11	KAB. BANDUNG	80.47	Platinum
12	KAB. INDRAMAYU	79.22	Diamond
13	KAB. TANGERANG	78.97	Diamond
14	KAB. MALANG	78.26	Diamond
15	KAB. SUKABUMI	77.89	Diamond
16	KAB. DELI SERDANG	77.49	Diamond
17	KAB. BULELENG	77.42	Diamond
18	KAB. PASURUAN	77.24	Diamond
19	KAB. GRESIK	77.18	Diamond
20	KAB. JEMBER	75.84	Diamond
21	KAB. TUBAN	75.64	Diamond
22	KAB. SERANG	73.94	Diamond
23	KAB. TABANAN	73.68	Diamond

Sumber : www.indonesiaattractiveness-award.com

Purwakarta memiliki 47 objek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Jenis objek wisata terdiri dari wisata alam, sejarah, religi, dan buatan. Berdasarkan Data objek dan daya tarik wisata yang banyak dikunjungi wisatawan Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata, dan Kebudayaan

Kabupaten Purwakarta pada tahun 2016 wisata Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud menjadi objek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan sebanyak 240.080 yang terdiri dari 80 Wisatawan Mancanegara dan 240.000 Wisatawan Nusantara. Pada tahun sebelumnya 2014 dan 2015 objek wisata Grama Tirta Jatiluhur menjadi objek wisata paling banyak dikunjungi wisatawan sebanyak 182.554 wisatawan pada tahun 2014 dan meningkat pada tahun 2015 sebanyak 183.712 wisatawan. (Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata, dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta Tahun 2016)

Berdasarkan data diatas, jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara yang berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud dari tahun 2016 cukup tinggi dan menggantikan posisi objek wisata Grama Tirta Jatiluhur dimana pada tahun 2015 Grama Tirta Jatiluhur menduduki sebagai objek wisata yang memiliki wisatawan terbanyak di Kabupaten Purwakarta. Hal ini tidak lepas dari keindahan yang diberikan oleh air mancur taman sribaduga situ buleud. Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud ini menjadi ikon destinasi baru kabupaten Purwakarta yang memiliki air mancur yang berwarna-warni yang mengikuti alunan lagu yang diputar, dan menjadikan Patung Sri Baduga menjadi ikon objek wisata ini.

Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan Taman Air Mancur Sri Baduga merupakan taman air mancur termegah dan terindah se Asia Tenggara dan masuk kedalam top five destinasi terbaik di Indonesia. Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud merupakan pengembangan dari Situ Buleud yang mulai dibangun sejak 2013. Pembangunan Air Mancur Taman Sri Baduga Situ Buleud dilakukan 3 tahap.

Pembangunan tahap pertama pada tahun 2014, tahap kedua pada tahun 2015, dan tahap ketiga pada tahun 2016. (Sumber :<http://jabar.tribunnews.com>)

Setelah pengembangan Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud masuk ke tahap ketiga di tahun 2016, Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud semakin terlihat keindahan dan kemegahannya. Taman air mancur sri baduga dibangun tidak hanya menjadi objek wisata yang memiliki keindahan dan kemegahan, tetapi juga memiliki keunikan yang merupakan ciri khas dari situ buleud itu sendiri.

Situ Buleud merupakan ciri khas Kabupaten Purwakarta, berada di tengah-tengah kota dengan latar belakang Gedung Karesidenan (saat ini menjadi Kantor Badan Koordinasi Wilayah IV Purwakarta). Situ Buleud itu sendiri merupakan sebuah danau yang berbentuk bulat yang sudah ada sejak jaman dahulu dan dibenahi untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat Purwakarta pada tahun 1930 oleh RA Suriawinata yang merupakan pendiri Kabupaten Purwakarta. Taman Air Mancur Sri Baduga Situ Buleud merupakan wisata yang baru diresmikan pada tanggal 6 Januari 2017 oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya bersama Bupati Purwakarta H. Dedi Mulyadi. Wisata ini memiliki luas lebih dari dua hektar yang menyuguhkan pertunjukan air mancur dengan menggunakan teknologi canggih dan unsur seni. (Sumber: <https://news.detik.com>)

Taman Air Mancur Sri Baduga terletak di sebuah kabupaten kecil di Jawa Barat, berada di antara dua kota besar yang mengapitnya yaitu DKI Jakarta dan Kota Bandung. Nama kabupaten ini adalah Kabupaten Purwakarta. Taman Air Mancur Sri Baduga menjadi sebuah destinasi baru di Kabupaten Purwakarta yang menarik baik wisatawan lokal dan wisatawan luar kota yang datang. Taman Air Mancur Sri

Baduga menjadi destinasi wisata baru yang dapat menambah keterkenalan Kabupaten Purwakarta sendiri. Sebelumnya Kabupaten Purwakarta hanya menjadi kabupaten kecil yang terasingkan, bahkan memiliki julukan kota pensiun. Kenapa diberikan julukan kota pensiun, karena sebelumnya Kabupaten Purwakarta hanya menjadi sebuah kabupaten dengan masyarakat yang mayoritas sudah tidak lagi produktif dalam bekerja.



Gambar 1.2

Pertunjukkan Air Mancur di Taman Air Mancur Sri Baduga Kabupaten Purwakarta

Taman Air Mancur merupakan fasilitas public yang telah direnovasi mulai tahun 2013. Sebelumnya Taman Air Mancur Sri Baduga adalah danau yang tidak di rawat dengan nama Situ Buleud yang berarti tempat pemandian badak-badak. Taman Air Mancur Sri Baduga selesai di renovasi dan resmi di buka pada pertengahan 2016. Perlu diketahui bahwa Taman Air Mancur Sri Baduga ini adalah taman dengan air mancur terbesar se-Asia Tenggara dan terbesar di Indonesia. Taman Airmancur Sri Baduga di renovasi pada masa kepemimpinan H. Dedi Mulyadi S.H selaku Bupati Kabupaten Purwakarta 2013-2018 dan dahulu taman ini hanyalah tempat untuk sekedar lari pagi atau sore karena di dalamnya pun terdapat

jogging track yang berbentuk bulat melingkar seperti nama sebelumnya, Situ Buleud. Pertunjukkan Taman Air Mancur Sri Baduga ini diadakan setiap Hari Sabtu mulai pukul 19.30 WIB sampai 20.00 WIB untuk sesi pertama dan 20.00 WIB sampai 20.30 WIB untuk sesi kedua. Pertunjukkan yang disajikan adalah pameran air mancur yang dipadukan bersama lampu laser yang dapat terlihat seperti menari-nari dan diiringi dengan instrument music khas sunda serta di selingi beberapa lagu-lagu khas Kabupaten Purwakarta yang dibawakan oleh EMKA 9 grup music garapan Bapak H. Dedi Mulayadi S.H selaku pencipta-pencipta lagu yang dimainkan oleh grup music EMKA 9.

Menurut (Hasan, 2015:167) menyatakan bahwa dari sudut pandang (calon) wisatawan mempertimbangkan segala bentuk kunjungan, produk harus dirancang dalam sebuah paket yang terdiri dari komponen berwujud atau tidak berwujud dan aktivitas di destinasi harus dapat dirasakan oleh wisatawan sebagai pengalaman yang bersesuaian dengan harga pasar. Paling tidak ada lima komponen yang harus dipertimbangkan saat membuat tawaran produk wisata, yaitu atraksi dan lingkungan, fasilitas dan layanan, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga.

Produk wisata yang dapat diperoleh oleh para wisatawan yang berkunjung adalah kekaguman akan pertunjukkan air mancur yang dapat menari setelah melihat pertunjukkan itu di Taman Air Mancur Sri Baduga dan tidak hanya itu, karena di sekitar Taman Air Mancur Sri Baduga terdapat wisata kuliner khas Kabupaten Purwakarta, diantaranya adalah Sate Maranggi, Soto Sadang, Peuyeum Bendul, dan Colenak.

Morrison (2013:94) mengatakan, "*The attraction and event play a key role in the destination mix, representing a unique asset of interest people to the tourist destination, and the interaction of people and visitors in the destination is an important dimension of tourism destination products*", yang berarti daya tarik dan kegiatan destinasi merupakan kunci dalam *marketing mix destination*, yang mewakili kunci unik untuk menarik wisatawan ke datang ke tujuan wisata, dan interaksi dengan pengunjung di tujuan destinasi adalah dimensi penting dari citra destinasi. Kesan yang dimiliki oleh Taman Air Mancur Sri Baduga adalah keunikan dan keindahan dari air mancur yang menari yang bahkan dapat menggambarkan peristiwa gugurnya Prabu Siliwangi, yang patungnya pun berdiri besar posisi belakang Taman Air Mancur Sri Baduga.

Berkaitan dengan hal ini Taman Air Mancur Sri Baduga memiliki produk wisata dan citra destinasi yang menarik dari destinasi wisata lainnya yang berada di Kabupaten Purwakarta.

Selain dari survey awal peneliti melakukan pencarian fenomena lain yaitu berita atau artikel terkait variable produk wisata yang berbicara mengenai permasalahan pembenahan pada produk wisata dan citra destinasi itu sendiri. Seperti yang ada dalam berita Kompas. Berikut fenomena pendukung diluar survei awal yang memperkuat survei awal peneliti.

Donny yang juga menjadi salah satu tim peringatan Konferensi Asia Afrika (KAA) ke-60 di Bandung pada April 2015 mendatang menuturkan pembenahan pariwisata harus dilakukan secara maksimal.

Pertama, kata dia, produk pariwisata tidak dikemas secara baik sehingga tidak menarik para wisatawan.

Kedua, pariwisata merupakan industri yang memerlukan kepastian, sehingga para wisatawan harus memperoleh agenda yang pasti di setiap tempat pariwisata, ujarnya ketika menghadiri Konferensi Nasional Komunikasi Pariwisata dan Kewirausahaan di Bogor, Selasa (10/3/2015).

Ketiga, lanjutnya, soal promosi yang selama ini produk pariwisata jarang dipromosikan, sehingga informasi tempat wisata yang bagus jarang sampai pada sasaran targetnya. “Yang paling penting adalah kreatifitas. Kalau perlu manfaatkan media sosial sebagai ajang promosi cepat dan efisien,” paparnya.

Melihat artikel yang telah di terbitkan terlihat bahwa produk wisata harus mulai berbenah mulai dari pengemasan produk wisata yang baik, agenda kegiatan yang pasti dan terakhir adalah promosi yang mengedepankan kreatifitas dalam promosinya.

Artikel di atas memperkuat survei awal tentang variable produk wisata yang telah peneliti lakukan.

Peneliti telah melakukan survei awal terhadap para pengunjung Taman Air Mancur Sri Baduga tentang produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Survey Awal Variabel Produk Wisata sebagai X₁

No	Keterangan	Alternatif Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke tempat wisata anda mencari tahu kegiatan atraksi wisatanya?	42,1%	57,9%
2	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke tempat wisata anda mempertimbangkan fasilitas di tempat wisatanya?	76,3%	23,7%
3	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke tempat wisata anda memperhatikan akses menuju tempat wisata yang akan and kunjungi?	31,6%	68,4%

Sumber: Pengunjung Taman Air Mancur Sri Baduga

Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa 57,9% mengaku bahwa kegiatan atraksi wisata tidak menjadi pertimbangan pada saat wisatawan melakukan perjalanan pada saat mendatangi tempat wisata.

Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa 76,3% wisatawan memilih untuk mempertimbangkan fasilitas yang akan didapatkan ketika mengunjungi tempat wisata. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa 68,4% tidak memperhatikan akses menuju tempat wisata yang akan dikunjunginya.

Selain dari survey awal peneliti melakukan pencarian fenomena lain yaitu berita atau artikel terkait variable produk wisata yang berbicara mengenai permasalahan pembenahan pada produk wisata dan citra destinasi itu sendiri. Seperti yang ada dalam berita semarangkota.go.id. Berikut fenomena pendukung diluar survei awal yang memperkuat survei awal peneliti.

Yang terbaru Hendi sebagai Wali Kota Semarang bersiap meluncurkan objek wisata baru di Kota Semarang, bernama Semarang Bridge Fountain pada malam tahun baru 2019. Objek wisata berupa atraksi air di jembatan Banjir Kanal Barat

tersebut digadang-gadang mampu semakin meningkat daya tarik Kota Semarang di mata wisatawan nusantara, maupun manca negara.

Hendi juga mengatakan bahwa sector wisata di Kota Semarang harus mengikuti perkembangan zaman yang sudah mulai masuk pada industry 4.0. Mengembangkan wisata yang menarik lewat media social (digital) dapat menjadi salah satu pendorong agar wisatawan dapat mengetahui bahwa di Kota Semarang memiliki destinasi wisata yang menarik. Begitupun pendukung lainnya dalam membangun sebuah destinasi wisata. Terpenting yang dikatakan oleh Hendi selaku Walikota Kota Semarang adalah komitmen dalam menjaga dan memelihara destinasi wisata.

Tabel 1.3
Hasil Survey Awal Variabel Citra Destinasi sebagai X₂

No	Keterangan	Jawaban Alternatif	
		Ya	Tidak
1	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga mempertimbangkan sesuatu yang menarik yang akan didapatkan?	39,5%	60,5%
2	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga anda memikirkan akses menuju ke tempat wisata?	68,4%	31,6%
3	Apakah ketika anda memutuskan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga anda memikirkan kegiatan yang menyenangkan saat mengunjungi tempat wisata tersebut?	24,3%	75,5%

Sumber: Pengunjung Taman Air Mancur Sri Baduga

Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung tidak mempertimbangkan sesuatu yang menarik yang akan didapatkan saat berkunjung ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 60,5% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat

diketahui bahwa 68,4% tidak memperhatikan akses menuju tempat wisata yang akan dikunjunginya. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung tidak memikirkan sesuatu yang menyenangkan yang akan didapatkan saat berkunjung ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 75,5% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti.

Selain dari survey awal peneliti melakukan pencarian fenomena lain yaitu berita atau artikel terkait variable keputusan berkunjung.

Seperti yang dilansir oleh radarcirebon.com. Alasan wisatawan berkunjung adalah untuk mengisi waktu luang liburan. Maka dari itu ia memilih berwisata ke duatu destinasi wisata tersebut karena untuk mengisi waktu luang. Hal ini mendukung survei awal yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1.4
Hasil Survey Awal Variabel Keputusan Berkunjung sebagai Y

No	Keterangan	Alternatif Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah karena mendapat referensi dari wisata lainnya anda melakukan perjalanan pariwisata ke Taman Air Mancur Sri Baduga?	39,5%	60,5%
2	Apakah informasi tujuan terkait wisatawan Air Mancur Sri Baduga sudah lengkap dan tersedia?	13,2%	86,6%
3	Apakah alat transportasi yang tersedia menuju Taman Air Mancur Sri Baduga sudah beragam?	84,2%	15,8%
4.	Apakah alat transportasi menuju Taman Air Mancur Sri Baduga sudah nyaman?	84,2%	15,8%
5.	Apakah waktu pertunjukkan Taman Air Mancur Sri Baduga per sesi sudah sesuai dengan waktu yang telah di tentukan?	26,3%	73,3%
6.	Apakah anda memutuskan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga seuai dengan biaya kemampuan finansial?	75,5%	24,3%
7.	Apakah anda memutuskan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga pada saat waktu luang?	63,2%	36,8%

Sumber: Pengunjung Taman Air Mancur Sri Baduga

Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung tidak mempertimbangkan referensi wisatawan lainnya saat akan berkunjung ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 60,5% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti.

Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa informasi yang ada di tempat wisata tidak lengkap. Di tunjukkan dengan 86,6% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung mempertimbangkan keberagaman transportasi ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 84,2% memilih “Ya” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung mempertimbangkan kenyamanan transportasi ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 84,2% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pertunjukkan per sesi belum sesuai dengan waktu yang telah ditentukan di agenda tempat wisata. Di tunjukkan dengan 73,3% memilih “Tidak” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung mempertimbangkan kemampuan biaya finansial untuk menuju tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 75,5% memilih “Ya” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti. Dari survey awal diatas dapat diketahui bahwa pengunjung mempertimbangkan waktu luang saat akan berkunjung ke tempat wisata tersebut. Di tunjukkan dengan 63,2% memilih “Ya” pada pertanyaan survey awal yang diberikan oleh peneliti.

Berdasarkan latar belakang di atas tentang Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta yang menjadi objek wisata local maupun wisatawan luar. Penulis dapat menyimpulkan setelah mengkaji suatu permasalahan yang di dapat dari Taman Air Mancur Sri Baduga. Maka dari itu, penulis mengambil judul **“Pengaruh Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Air Mancur Sri Baduga Kabupaten Purwakarta”**

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.1.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat diketahui bahwa produk wisata dan citra destinasi merupakan 2 variabel yang penting bagi sebuah tempat destinasi wisata. Dengan demikian, dapat memahami mengapa orang berwisata, apa yang mereka inginkan dari sebuah tempat wisata yang di kunjungi, dan apa yang harus mereka persiapkan saat datang ke tempat wisata. Ketika hal-hal itu tidak dipahami dengan baik akan terjadi sebuah konflik, baik di tataran internal (antar pemangku kepentingan di destinasi pariwisata) maupun antara pemangku kepentingan di destinasi pariwisata dengan para pengunjung atau wisatawan yang datang.

1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai produk wisata di Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai citra destinasi di Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.
3. Bagaimana keputusan berkunjung ke Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.
4. Bagaimana pengaruh produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung secara simultan pada Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap faktor-faktor yang mendahului yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Seperti hubungan antara produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mengenai produk wisata pada Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.
2. Untuk mengetahui mengenai Citra Destinasi pada Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.
3. Untuk mengetahui mengenai Keputusan berkunjung pada Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.

4. Untuk mengetahui mengenai pengaruh produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung secara simultan dan parsial pada Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi:

1. Dinas Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak dinas pariwisata khususnya pengelola taman baik Taman Air Mancur Sri Baduga di Kabupaten Purwakarta maupun taman lainnya untuk dijadikan sebagai informasi dan bahan masukan untuk pengambilan keputusan dan penentu strategi-strategi selanjutnya yang lebih efektif untuk mengembangkan kawasan wisatanya.

2. Bagi Penulis atau Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah ke dalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan di lapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pariwisata

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan di Taman Air Mancur Sri Baduga yang terus berkembang sesuai dengan kontur yang ada di Taman Air Mancur Sri Baduga.

2. Memberikan sumbangan ilmiah dan ilmu pemasaran, yaitu dengan membuat inovasi promosi.

3. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peningkatan keputusan berkunjung serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan tempat pengumpulan data ini berlokasi di Taman Air Mancur Sri Baduga yang terletak di salah satu provinsi di Jawa Barat. Tepatnya berada di Negeri Kidul, Nagri Kidul, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.5
Pelaksanaan Kegiatan

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■	■																						
2	Melakukan Penelitian				■	■	■																		
3	Mencari Data				■	■	■	■																	
4	Membuat Proposal				■	■	■	■	■																
5	Seminar									■															
6	Revisi										■														
7	Penelitian Lapangan											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Sidang																					■	■	■	■