

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATA DI TAMAN WISATA LEMBAH HIJAU DI BANDAR LAMPUNG

OLEH

**M FAZRIE AMALSYAH
(1111011083)**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Lampung**

Fenomena padatnya jam kerja karyawan di beberapa kota di Indonesia merupakan peluang bagi bisnis disektor pariwisata. Bisnis pariwisata berkembang menjadi solusi bagi para pegawai atau karyawan yang jenuh dengan aktivitas perkantoran dan ingin berlibur serta menghabiskan waktu bersama keluarga. Beberapa perusahaan juga memberikan kompensasi berupa tambahan hari libur kerja untuk menyeimbangkan dan mempertahankan kinerja pegawainya. Kota Bandar Lampung memiliki banyak tempat wisata yang menawarkan keunikannya masing-masing, salah satunya adalah Taman Wisata Lembah Hijau, ada 10 jenis wahana dalam Taman Wisata Lembah Hijau, yaitu *WaterBoom*, *Boom2Car*, Rumah Hantu, *Mini Train*, *Cinema 4D*, *Caroussel*, *Flying Fox*, *Boomerang*, Kuda, dan *ATV*. Wahana waterboom menjadi produk inti dari Taman Wisata Lembah Hijau yang mampu merebut perhatian dari masyarakat. Jumlah pengunjung di Lembah Hijau pada semester ke 2 tahun 2012 sempat mencapai angka 23.774 sedangkan pada semester-semester berikutnya jumlah kunjungan mengalami fluktuasi.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan kunjungan wisata di Taman Wisata Lembah Hijau. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan metode uji regresi linear berganda dalam rangka mendapatkan kesimpulan.

Hasil analisis uji F menunjukkan variable perilaku konsumen mempengaruhi keputusan kunjungan wisata di Taman Wisata Lembah Hijau secara signifikan. Hasil uji t menunjukkan secara parsial variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata di Taman Wisata Lembah Hijau. Koefisien determinasi $R^2 = 0.679$ yang berarti variabel X (Perilaku konsumen) mempengaruhi variabel Y (Keputusan kunjungan wisata di Taman Wisata Lembah Hijau) sebesar 67,9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Kunjungan Taman Wisata Lembah Hijau