

ABSTRAK

PENERAPAN WILLINGNESS TO PAY DALAM VALUASI EKONOMI KAWASAN WISATA LENGKUNG LANGIT 2, KEMILING

Oleh

LUKLU AMMUNGA SAROH

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness to Pay* (WTP) pengunjung terhadap objek wisata Lengkung Langit 2 di Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara terhadap 100 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Responden merupakan pengunjung berusia minimal 17 tahun yang telah berkunjung ke objek wisata ini minimal dua kali dalam setahun. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik untuk melihat pengaruh variabel bebas seperti pendapatan, usia, frekuensi kunjungan, jarak wisata, dan persepsi pengunjung terhadap variabel terikat, yaitu *Willingness to Pay*. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan keabsahan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap WTP pengunjung. Model regresi logistik yang digunakan terbukti cocok berdasarkan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*, dengan nilai koefisien determinasi (*Nagelkerke R Square*) yang menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat. Penelitian ini memberikan gambaran bagi pengelola wisata agar dapat meningkatkan WTP pengunjung dengan memperbaiki persepsi pengunjung terkait kualitas dan daya tarik wisata, serta mempertimbangkan faktor pendapatan dalam penentuan strategi harga.

Kata Kunci: *Willingness to Pay (WTP), Regresi Logistik, Pariwisata, Persepsi Pengunjung, Pendapatan, Strategi Harga, Lengkung Langit 2*

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF WILLINGNESS TO PAY IN THE ECONOMIC VALUATION OF THE LENGKUNG LANGIT 2 TOURISM AREA, KEMILING

By
LUKLU AMMUNGA SAROH

This study aims to analyze the factors influencing visitors' Willingness to Pay (WTP) at the Lengkung Langit 2 tourist attraction in Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung. The data used in this research is primary data obtained through questionnaires and interviews with 100 respondents selected using purposive sampling. The respondents were visitors aged at least 17 years who had visited the attraction at least twice a year. The analysis method employed is logistic regression to examine the influence of independent variables such as income, age, frequency of visits, location, and visitors' perceptions on the dependent variable, which is Willingness to Pay. Validity and reliability tests were conducted to ensure the accuracy of the questionnaire. The research results show that some independent variables significantly influence visitors' WTP. The logistic regression model used was found to be suitable based on the Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test, with the Nagelkerke R Square coefficient indicating the model's ability to explain the dependent variable. This study provides insights for tourism managers to enhance visitors' WTP by improving their perceptions of quality and attraction, while also considering income factors when formulating pricing strategies.

Keywords: *Willingness to Pay (WTP), Logistic Regression, Tourism, Visitor Perception, Income, Pricing Strategy, Lengkung Langit 2.*