

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KE OBJEK WISATA DI KOTA GORONTALO

Abstrak

Penelitian ini ingin mengungkap tentang pemasaran produk wisata yang ada di daerah kota Gorontalo yang dari waktu ke waktu mulai ditinggalkan oleh pengunjung. Selain itu pula untuk memberikan sumbangsih pikiran atas pembangunan daerah utamanya di sektor pariwisata.

Kota Gorontalo merupakan daerah yang memiliki ragam potensi produk objek wisata yang indah. Potensi objek wisata inilah yang harus dikembangkan menjadi industri pariwisata sehingga mampu memberi kontribusi pendapatan ekonomis daerah. Oleh sebab itu sangat diharapkan bahwa industri pariwisata ini akan menjadi salah satu sektor penyumbang devisa dari sektor non migas.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa factor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat dan dampaknya terhadap minat kunjungan ke obyek wisata di Kota Gorontalo. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak-pihak terkait, terutama pihak pemerintah dan swasta dalam memasarkan pariwisata daerah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Selain itu untuk mengungkap variable X dan Y melalui kuesioner dengan mengandalkan data olahan statistik juga dilakukan wawancara mendalam untuk mengungkap tentang makna atas masalah yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat kunjungan ke objek wisata sangat tergantung dari persepsi yang terbentuk dalam masyarakat. Sementara persepsi itu akan terbentuk melalui empat faktor penentu dalam memasarkan objek wisata yaitu *name, store, sacrifice, dan quality*.

Kata Kunci: Persepsi, Minat, Kunjungan