

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *willingness to pay* pengunjung objek wisata Tebing Breksi untuk pengembangan dan perbaikan kualitas objek wisata dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* tersebut. Studi ini menggunakan data primer dengan jumlah responden sebanyak 270 yang dilakukan secara acak atau *random sampling*. *Willingness to pay* dapat diperkirakan dengan menggunakan pendekatan *contingent valuation method* (CVM). Alat analisis pada penelitian ini menggunakan regresi biner logistik pada SPSS 20. Berdasarkan analisis, nilai rata-rata *willingness to pay* per orang untuk retribusi masuk adalah Rp9.730,00 dan di bulatkan menjadi Rp10.000.00 yang didapat dengan permainan lelang atau bidding game. Faktor – faktor yang diduga mempengaruhi secara signifikan besarnya nilai *willingness to pay* untuk responden pengunjung objek wisata Tebing Breksi adalah Variabel lama pendidikan, pendapatan, biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan, variabel persepsi berpengaruh negatif dan signifikan. Sedangkan variabel usia dan frekuensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

Kata kunci : *willingness to pay*; *contingent valuation method*; Tebing Breksi

ABSTRACT

This research aims to measure the willingness to pay visitors for developing and improving of Tebing Breksi site and to know what factors influence the willingness to pay. This research uses primary data with the number of respondents as much as 270 done randomly or random sampling. Willingness to pay can be estimated using a contingent valuation method (CVM) approach. The analysis tool in this study used binary logistic regression on SPSS 20. Based on the analysis, the average value of willingness to pay per person for the entrance fee is Rp9.730,00 and rounded to Rp10.000.00 which can be with the game of auction or bidding game . Factors - factors that allegedly influence significantly the value of willingness to pay for the respondents of the tourist attraction Brecter Cliff is the old Variables Education, income, recreation costs have a positive and significant influence, the perception variable has a negative and significant influence. While the age and frequency variables have a positive effect and not sigifikan towards willingness to pay.

Keywords: willingness to pay; contingent valuation method; Tebing Breksi