

ABSTRAK

Universita Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Harma Uswatul Aimah (20140530134)

TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS ATRIBUT TUJUAN WISATA (*ATTRICTIONS, ACCESSIBILITY, AMENITIES, AVAILABLE PACKAGES, ACTIVITIES, AND ANCILLARY SERVICE*) YANG DITAWARKAN DESA WISATA PENTINGSARI KABUPATEN SLEMAN

Tahun Skripsi : 2018 + 152 Halaman

Daftar Pustaka : 12 Buku + 14 Jurnal + 10 Sumber Internet + 4 Sumber Lain

Desa Wisata Pentingsari merupakan salah satu pelopor desa wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Banyaknya desa wisata yang bermunculan dan menunjukkan perkembangannya menjadi salah satu faktor penurunan jumlah wisata tersebut. Sehingga dalam rangka memenuhi standar dan meningkatkan objek wisata diperlukan suatu kajian untuk melihat kualitas dari objek wisata tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap kualitas atribut destinasi wisata yang terdiri dari komponen 6A (*Attractions, Accessibility, Available Packages, Activities, and Ancillary Service*). Penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling* menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa tanggapan wisatawan terhadap atribut yang ditawarkan Desa Wisata Pentingsari dipersepsikan positif terhadap beberapa komponen atribut wisata yakni sebagai destinasi wisata alam dan wisata budaya (*attractions*), memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau dengan kondisi jalan yang baik, adanya penerang jalan, dan papan petunjuk jalan membantu wisatawan menuju lokasi (*accessibility*), memiliki fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan seperti akomodasi/penginapan, toilet umum, kebersihan lingkungan dan air bersih, serta lahan parkir (*amenities*), menyediakan paket perjalanan dengan biro wisata dan memberi layanan paket wisata yang sebanding dengan harga yang dibayarkan (*available packages*), memiliki suasana yang mendukung untuk beristirahat dan mempunyai aktivitas yang dapat memberi pengalaman langsung terkait eksplorasi alam, budaya, kuliner khas, dan bakti sosial (*activities*), adanya layanan tambahan yang memberi kemudahan jaringan telekomunikasi, memiliki pemandu yang ramah, informatif dan komunikatif (*available packages*). Kategorisasi aspek lain belum sepenuhnya dipersepsikan positif oleh wisatawan karena belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti ketersediaan sarana transportasi umum, fasilitas toko cinderamata, dan layanan pusat informasi. Secara tidak langsung persepsi positif dapat menarik jumlah kunjungan, kepuasan, dan loyalitas wisatawan.

Kata kunci : Persepsi, Wisatawan, Objek Wisata

ABSTRACT

**Universita Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relation**

Harma Uswatul Aimah (20140530134)

**RESPONSES OF TOURISTS ON QUALITY ATTRIBUTES OF A
TOURIST DESTINATION (ATTRACTIONS, ACCESSIBILITY,
AVAILABLE PACKAGES, ACTIVITIES, AND ANCILLARY SERVICE)
OFFERED PENTINGSARI TOURISM VILLAGE OF SLEMAN
REGENCY**

Tahun Skripsi : 2018 + 152 Halaman

Daftar Pustaka : 12 Buku + 14 Jurnal + 10 Sumber Internet + 4 Sumber Lain

Pentingsari tourism village is one of the pioneers of the existing tourist village in Sleman Regency. The number of villages that have sprung up and shows its development into one of the factors the decline in the number of tours. So in order to meet the standards and improve attractions required a study to look at the quality of the tourist attraction. The purpose of this research is to know the response attribute to the quality of tourist destinations tour which consists of component 6A (Attractions, Accessibility, Available Packages, Activities, and Ancillary Service). This research was conducted by purposive sampling the method the descriptive qualitative. The results of the analysis performed, the obtained that the responses of tourists against attributes offered tourist village Pentingsari are perceived positively against some of the component attribute as tourist destinations for nature tourism and cultural tourism (attractions accessibility), has an easily accessible with good road conditions, the lights of the road, and unmarked roads help tourists heading to the location (accessibility), has facilities that can meet the needs such as accommodation/lodging, public toilets, clean water and environmental hygiene, as well as parking area (amenities), providing a travel package with tour operators and give the service a tour package which is comparable with the price paid (packages available), have a support for rest and have activities that can provide the direct experience of related exploration of nature, culture, cuisine, and an act of social (activities), there is an extra service that provides ease of telecommunication networks, has guides are friendly, informative and communicative (packages available). Another aspect of categorization is not fully perceived positively by tourists because it has not been able to meet the needs and desires of tourists such as the availability of public transportation, on-site gift shop and information center. Indirectly positive perception can attract a number of visits, satisfaction, and loyalty.

Keywords: Perception, Tourist, Tourist Attractions