

ABSTRAK

Pertumbuhan pariwisata di Kota Bandung yang semakin tahun terus mengalami peningkatan dan penurunan jumlah wisatawan. Didalam dunia pariwisata setiap kota tentu saja terus mengalami perbaikan disetiap wisatanya untuk menarik minat kunjungan wisatawan ke kota tersebut. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung terus bekerja keras untuk meningkatkan jumlah wisatawan baik dalam segi kualitas wisatanya, promosi, ataupun dalam akses untuk mengunjungi ke tempat wisata yang ada di Kota Bandung. Bila wisata di Kota Bandung dinilai baik maka wisatawan pun akan ada kemungkinan untuk mengunjungi Kota Bandung kembali. Persepsi wisatawan tentang kualitas wisata tersebut sangatlah berperan besar dalam hal proses berkunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan riset yang lebih lanjut mengetahui pengaruh persepsi kualitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif kausal, menggunakan metode sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan penyebaran kuisioner terhadap 121 responden. Hasil penelitian menunjukkan yang dinilai untuk responden persepsi kualitas wisata, yaitu memiliki nilai 76,38% hal ini dapat dikategorikan “tinggi”, karena persepsi kualitas wisata sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh responden misalnya, dalam hal pengelolaan wisata ataupun dalam hal kenyamanan bagi responden (wisatawan) sedangkan keputusan berkunjung memiliki nilai 78,02% hal ini dapat dikategorikan “tinggi”, karena Kota Bandung bagi responden menjadi salah satu keputusan berkunjung untuk berlibur atau berwisata. Pengaruh Persepsi Kualitas Wisata secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung Kota Bandung adalah sebesar 77,6% sedangkan sisanya 22,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas, Keputusan Berkunjung