

ABSTRAK

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Pariwisata kini telah menjadi bagian dari hak asasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk Indonesia. Kota Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia. Salah satu kegiatan wisata adalah berkunjung ke obyek wisata. Dengan adanya berbagai obyek dan daya tarik wisata di Surabaya menyebabkan wisatawan dapat memilih obyek dan daya tarik wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka masing-masing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen wisatawan dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Surabaya.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk dan jasa yang diharapkan akan dapat memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen menggambarkan upaya konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan. Variabel perilaku konsumen yang diteliti adalah *who is the user, what they expect, where they go, why they go, who influence their choice, when they go, how often they go*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, sumber datanya adalah sumber data primer. Adapun respondennya adalah pria maupun wanita yang bertempat tinggal di Surabaya, pernah berkunjung ke obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Surabaya minimal satu kali, serta berpendidikan minimal SMP atau sederajat yang berjumlah 200 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, cara pengambilan sampel adalah *convenience sampling*, Aras pengukuran adalah aras nominal, dan metode pengolahan datanya menggunakan tabel frekuensi dan presentasi grafik batang.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui hasil pemetaan perilaku konsumen berdasarkan nilai persentase tertinggi menunjukkan bahwa harapan konsumen dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW) adalah mendapatkan suasana yang menyenangkan. Tempat yang dipilih konsumen dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Surabaya adalah Kebun Binatang Surabaya. Alasan utama konsumen dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW) adalah mengajak keluarga berwisata. Pengambilan keputusan dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW), konsumen dipengaruhi oleh teman. Konsumen biasanya dalam memilih obyek dan daya tarik wisata (ODTW) pada waktu senggang. Frekuensi kunjungan konsumen ke obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Surabaya adalah 1 kali dalam 6 bulan.