

ABSTRAK

Sektor pariwisata dewasa ini telah sangat berkembang di kalangan masyarakat dan dirasa penting bagi masyarakat. Berwisata dinilai sebagai salah satu kebutuhan psikologis untuk mengurangi kejenuhan yang dialami masyarakat setelah menjalani aktivitasnya sehari-hari. Saat ini berwisata bagi kalangan masyarakat tidak hanya berwisata di dalam kota ataupun ke luar kota di dalam satu negara, tetapi tren berwisata ke luar negeri telah menjadi satu pilihan bagi beberapa kalangan tertentu.

Jumlah wisatawan Indonesia yang ke Malaysia meningkat setiap tahunnya dan peningkatan ini merupakan jumlah yang terbanyak di Asia Tenggara yaitu pada tahun 2001 sebanyak 776.468 orang. Tahun 2002 berlipat ganda menjadi 960.000 orang dan pada tahun 2003 bertambah lagi menjadi 1.500.000 orang. Dan pada 2004 sebanyak 2.000.000 orang.

Adanya perilaku konsumen yang berbeda-beda menjadikan perlunya penelitian mengenai perilaku konsumen wisatawan di Surabaya yang bepergian ke Malaysia. Konsep yang digunakan adalah perilaku konsumen dan elemen-elemen perilaku konsumennya adalah *what they buy, why they buy, who influence their choice, when they buy, where they buy, how often they use, dan how long they use*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah eksploratori; variabelnya perilaku konsumen; sumber datanya adalah data primer; target dan karakteristik populasi adalah dengan responden sebanyak 7 orang; teknik pengambilan sample adalah *non probability sampling*; cara pengambilan sampel adalah *judgemental sampling*; metode pengolahan datanya dengan *open coding, axial coding, selective coding* dan analisis kualitatif.

Dari hasil analisis kualitatif dapat diketahui bahwa pada variabel *what they want*, obyek wisata yang paling diminati adalah pusat perbelanjaan. Pada variabel *why they choose*, kegiatan utama berwisata, alasan utamanya adalah tiket yang ditawarkan murah, biaya hidup murah, untuk mengisi waktu luang, mencari suasana baru, dan tempat hiburannya lengkap. Pada variabel *who influence their choice* yang paling mempengaruhi adalah diri sendiri. Pada variabel *when they go* waktu yang paling banyak digunakan oleh responden untuk bepergian ke Singapura adalah liburan. Pada variabel *where they go* tempat yang paling disukai oleh responden adalah Genting Highland. Pada variabel *how often they go* frekuensi yang paling banyak untuk bepergian ke Singapura adalah dua kali dalam setahun. Pada variabel *how long they stay* waktu rata-rata responden tinggal di Singapura adalah 3-15 hari.