

STUDI PERILAKU KONSUMEN WISATAWAN DI SURABAYA YANG BERWISATA KE WISATA BAHARI LAMONGAN

Maria Agustina

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Juliani Dyah Trisnawati

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Noviaty Kresna DS

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Abstract

Sektor pariwisata dewasa ini telah sangat berkembang di kalangan masyarakat dan dirasa penting bagi masyarakat. Berwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan yang sering kali menjadi salah satu kebutuhan psikologis untuk mengurangi kejenuhan yang dialami masyarakat setelah menjalani aktivitasnya sehari-hari.

Perilaku Konsumen menggambarkan konsumen mengambil suatu keputusan pembelian akan suatu barang dan jasa dengan berbagai alternatif yang ada dan juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Perilaku Konsumen yang akan diteliti oleh peneliti adalah Perilaku Konsumen wisatawan di Surabaya yang berwisata ke Wisata Bahari Lamongan. Perilaku Konsumen ini akan sangat berguna bagi pihak pengelola tempat wisata dan juga bagi wisatawan lain yang belum atau sudah pernah berwisata ke Wisata Bahari Lamongan.

Dari hasil analisis data, dapat diketahui Perilaku Konsumen wisatawan di Surabaya yang berwisata ke Wisata Bahari Lamongan sangat beragam, mulai dari *what they choose* – permainan yang paling banyak dinikmati dan paling disukai adalah Permainan Air, paling banyak responden tidak membeli *souvenir* saat berwisata dan paling banyak responden membeli makanan di Wisata Bahari Lamongan; *why they choose* – tujuan utama responden adalah untuk *Refreshing* atau Rekreasi, alasan utama adalah karena tempat dan permainan menarik, alasan paling menyukai Permainan Air karena seru, alasan responden tidak membeli *souvenir* karena tidak tertarik, dan alasan membeli makanan karena lapar; *who is the user* – responden terdiri dari laki-laki dan perempuan yang berusia ≤ 20 tahun sampai > 50 tahun, dengan status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Karyawan Swasta, Pegawai Negeri, Ibu Rumah Tangga, dan Guru; *who participates in decision making* – yang paling mempengaruhi adalah teman; *when they go* – waktu yang paling banyak digunakan adalah Libur Sekolah/Kuliah; *how they go* – paling banyak responden menggunakan kendaraan pribadi (mobil); *how often they go* – paling banyak responden berwisata sebanyak 1 kali dalam kurun waktu tahun 2006 sampai tahun 2007; *how they impression it* – responden merasa puas karena permainan seru dan menarik, dan ingin kembali lagi karena ingin bermain lagi.

Kata Kunci: Pariwisata, Wisatawan, Perilaku Konsumen.