

INTISARI

Wanawisata Ranca Upas merupakan destinasi wisata yang memiliki atraksi utama bumi perkemahan. Pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkemah sebanyak 23%. Destinasi ini juga sedang direncanakan pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat untuk ditingkatkan performa destinasinya agar dapat dipromosikan ke ranah internasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut destinasi yang memiliki hubungan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Wanawisata Ranca Upas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 154 responden dengan teknik *accidental sampling*. Terdapat 10 variabel atribut destinasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hospitalitas, budaya lokal, infrastruktur, superstruktur, ragam aktivitas, aksesibilitas, manajemen lingkungan, geografi fisik, keterikatan tempat, dan kualitas layanan. Hasil yang didapatkan yaitu terdapat hubungan antara persepsi wisatawan tentang atribut destinasi terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali yang terbagi ke dalam tiga kategori korelasi yaitu sangat lemah, cukup, dan kuat. Variabel kualitas layanan memiliki nilai korelasi tertinggi yaitu 0,543 sementara untuk variabel manajemen lingkungan memiliki nilai korelasi terendah yakni 0,245.

Kata Kunci: Wanawisata Ranca Upas, Minat Kunjung Kembali, Persepsi Wisatawan, Atribut Destinasi Wisata.

ABSTRACT

Ranca Upas Forest Tourism is a tourist destination which has camping ground as its main attraction. In 2019, there was a decrease in the visit rates of campers with a percentage of 23%. The government in West Java Province is currently planning to increase Ranca Upas' destination performance so that it could be further promoted to the international world. This study aims to find out the particular destination attributes that have a relation to the tourists' intention in revisiting Ranca Upas Forest Tourism. This study was done using the descriptive quantitative method. The data were collected by distributing a questionnaire to 154 respondents with the accidental sampling technique. There were 10 variables of destination attributes used in this research, such as hospitality, local culture, infrastructure, superstructure, variety of activities, accessibility, environment management, physical geography, place attachment, and service quality. The result obtained is that the tourists' perception of the destination attributes has a correlation to the tourists' revisit intention which is split into three categories of correlation: very weak, decent, and strong. The service quality variable has the highest correlation score with 0.543, while the environment management variable has the lowest correlation value with 0.245.

Keywords: Ranca Upas Forest Tourism, Revisit Intention, Tourists' Perception, Tourist Destination Attributes.