

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM UMBUL SIDOMUKTI
KABUPATEN SEMARANG**

HARY WAHYU PRATAMA L

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200801615@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Abstraksi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung pada Taman Wisata Alam Umbul Sido Mukti. Ada enam variabel yang diduga berpengaruh yaitu pendidikan, penghasilan, produk, harga, promosi dan psikologi.

Penelitian menggunakan metode convenience sampling. Ada 100 pengunjung yang dijadikan responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Data diproses dengan statistik regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel harga yang berpengaruh terhadap perilaku pengunjung sedangkan lima variabel lainnya yaitu pendidikan, penghasilan, produk, promosi dan psikologi tidak berpengaruh terhadap perilaku pengunjung.

Kata Kunci : Kata kunci : pendidikan, penghasilan, promosi, harga, produk dan psikologi, perilaku pengunjung.

FACTORS AFFECTING THE BEHAVIOR OF VISITOR TAMAN WISATA ALAM UMBUL SIDOMUKTI IN SEMARANG REGION

HARY WAHYU PRATAMA L

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200801615@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Abstract

The purpose of this study was to analyze the factors that influence the visitor behaviour of Umbul Sidomukti natural tourist resort. There are six variables determine the visitor behaviour such as education, income, products, price, promotion, psychology.

The study was conducted using convenience sampling method. There were 100 visitors as respondents. Data obtained by distribute the questionnaire. Data processed and analyzed by regression statistic.

The result showed that only the price variable significantly influenced the visitor behaviour while education, income, products, promotion and psychology do not.

Keyword : Keywords: education, income, promotion, price, product and psychology, behavioral visitors