

ABSTRAK

Atila Indorevoni, 2021: Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

Kampung Eropa merupakan kawasan wisata yang bertemu suasana eropa di tengah nuansa alam dan budaya Minang Kabau kawasan ini cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan memakai teknik *non probability sampling* memiliki sampel berjumlah 100 orang responden. Data pada penelitian diolah dengan bantuan program Microsoft Excel 2010.

Berlandaskan hasil penelitian: Karakteristik (X1) dikategorikan berdasarkan indikator (1) Berdasarkan Karakteristik Demografis Mayoritas pengunjung berusia 25 – 34 tahun dan mayoritas pengunjung berjenis kelamin perempuan, dengan tingkat Pendidikan SMA/ sederajat, dengan mayoritas pekerja yaitu karyawan swasta, dengan mayoritas pendapatan > Rp.2.000.000, dengan status perkawinannya mayoritas menikah dan wisatawan yang berkunjung dominan baru 1 kali berkunjung ke Kampung Eropa (2) Berdasarkan Karakteristik Geografisnya pengunjung didominasi dari luar daerah Payakumbuh/Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Provinsi Sumatera Barat, dengan mayoritas lokasi tempat tinggal di daerah perumahan padat penduduk. (3) Berdasarkan Karakteristik Psikografis mayoritas pengunjung dengan tipe *psychocentric* dengan jumlah sebanyak 57% dan 43% wisatawan dengan tipe *allocentric*

Motivasi Wisatawan (X2) dikategorikan berdasarkan indikator (1) Motivasi Fisik paling kuat wisatawan mengunjungi kampung eropa yaitu dengan tujuan untuk bersantai dengan persentase 90%. (2) Motivasi Sosial paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu menikmati kegiatan dengan teman dan keluarga dengan persentase 86%. (3) Motivasi Budaya paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata dengan persentase 73% (4) Motivasi Fantasi paling kuat wisatawan yang berkunjung ke kampung eropa yaitu berwisata ke kampung eropa agar mendapatkan pengalaman yang baru dengan persentase 69%.

Kata Kunci : Karakteristik, Motivasi Wisatawan