PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK TENTANG *DESTINATION IMAGE* DI KOTA BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dosen Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Perhotelan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

OLEH :
RUDI PRATAMA IRMAYANTO
55605/2010

JURUSAN MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2018

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK TENTANG *DESTINATION IMAGE* DI KOTA BUKITTINGGI

Nama	: Rudi PratamaIrmayanto
NIM/BP	: 55605/2010
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, September 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,	Pembimbing II
Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd	Youmil Abrian, SE, MM
NIP.19620530 198803 2 001	NIP.19821002 200812 1 002

Ketua Jurusan Pariwisata UNP

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP.19620530 198803 2 001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi

Nama : Rudi Pratama Irmayanto

Nim/BP : 55605/2010

Prodi : D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, September 2018

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
Ketua	: Dra. Ira Meirina Chair, M. Pd	1. _____
Sekretaris	: Youmil Abrian, SE, MM	2. _____
Anggota	: Kasmita, S.Pd, M.Si	3. _____
	Waryono S.Pd, MM. Par	4. _____
	Pasaribu SST. Par, M,Si. Par	5. _____

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rudi Pratama Irmayanto

Nim/BP : 55605/2010

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

"**Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi**" adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik dari institusi Universitas Negeri Padang maupun di Masyarakat Negara.

Demikianlah surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
Nip. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,

Rudi Pratama Irmayanto
Nim:55605/2010

ABSTRAK

Rudi Pratama Irmayanto, 2010: Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Di Kota Bukittinggi

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap persepsi wisatawan domestik terhadap destinasi wisata yang ada di Kota Bukittinggi. Peneliti menemukan permasalahan antara lain kurangnya pemeliharaan terhadap atraksi yang ada, kurangnya tempat parkir bagi wisatawan yang datang, kurangnya fasilitas umum, tidak adanya angkutan umum yang dapat digunakan, banyaknya sampah yang berserakan, kurangnya pengetahuan petugas dan masyarakat setempat tentang destinasi wisata yang ada di Kota Bukittinggi serta penetapan harga yang tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ekspektasi dan persepsi wisatawan tentang destinasi wisata di Kota Bukittinggi yang meliputi 6 indikator destinasi wisata yaitu: *infrastructure, price & value, atraction, outdoor activities, entertainment & event, relaxation, accebilites,* dan *travel environment.*

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Bukittinggi yang berjumlah 32572 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *incidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara umum persepsiwisatawan domestik tentang destinasi wisata yang ada di Kota Bukittinggi 75% dari 100 orang responden menyatakan sesuai. Sedangkan berdasarkan masing-masing indikator yaitu: (1) *Infrastructure* 72% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (2) *Price & Value* 73% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (3) *Atraction* 65% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (4) *Outdoor Activities* 60% dari100 orang responden menyatakan sesuai, (5) *Entertainment & Event* 50% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (6) *Relaxation* 53% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (7) *Accessibilites* 50% dari 100 orang responden menyatakan sesuai, (8) *Travel Environment* 72% dari 100 orang responden menyatakan sesuai.

Kata Kunci : Persepsi, Destinasi Wisata, Wisatawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"*Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Di Kota Bukittinggi*".** Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. selaku Ketua Prodi Manajemen Perhotelan sekaligus pembimbing I yang telah memfasilitasi penulis dalam pengurusan skripsi.
3. Ibu Kasmita, S.Pd, M.Si, selaku Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Youmil Abrian, SE, MM, selaku Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, januari 2018
Penulis

Rudi Pratama Irmayanto
Nim. 55605/2010

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR LAMPIRAN viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 7

C. Batasan Masalah 8

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian 9

F. Manfaat Penelitian 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori 11

1. Defenisi Persepsi 11
2. Defenisi *Destination Image* 12
3. Defenisi Wisatawan 13
4. Jenis-jenis Wisatawan 14
5. Defenisi Destinasi Wisata 16
6. Indikator-indikator *Destination Image* 17
7. Profil Kota Bukittinggi 28

B. Kerangka Konseptual 29

C. Pertanyaan Penelitian 30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 31

B. Waktu dan Tempat Penelitian.....32

C. Variabel Penelitian 32

D. Defenisi Operasional Variabel 32

E. Populasi dan Sampel Penelitian 34

1. Populasi Penelitian 34

2. Sampe 35

F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 36

1. Jenis Data 36

2. Teknik Pengumpulan Data 36

G. Instrumen Penelitian 37

H. Uji Coba Instrumen 39

1. Uji Validitas.....39

2. Uji Reliabilitas 41

I. Teknik Analisis Data 42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.. 43

1. Deskripsi Karakteristik Wisatawan.....43

B.Analisis Data.....45

C. Pembahasan 65

BAB VHASILKESIMPULAN DAN SARAN

A. KesimpulanHasilPenelitian 75

B. Saran 76

DAFTAS PUSTAKA 78

LAMPIRAN 79

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bukittinggi 5
2. Pilihan Jawaban Skala *Likert* *35*
3. Kisi-kisi Instrumen Peneitian untuk Uji Coba Penelitian Operasionalisasi Variabel.....36
4. Uji Validitas Ekspektasi Dan Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image di Kota Bukittinggi 38
5. Interprestasi Nilai r (*Alpha Cronbach*.....40
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....42
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaaan 43
9. Karakteristik Responden Asal/Kedatangan Wisatawan.....43
10. Klasifikasi Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi.....46
11. Distribusi Frekuensi Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Infrastructure*.....48
12. Distribusi Frekuensi Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *price & value* 50
13. Distribusi FrekuensiPersepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Atraction* 52
14. Distribusi FrekuensiPersepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Outdoor Activities*.....54
15. Distribusi FrekuensiPersepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination*
16. *Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Entertainment & Event* ...56
17. Distribusi FrekuensiPersepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Relaxation* *58*
18. Distribusi Frekuensi Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination*
19. *Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Accessibility* *61*
20. Distribusi FrekuensiPersepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination*
21. *Image* di Kota Bukittinggi Ditinjau dari Indikator *Travel Environment* *63*

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Kerangka Konseptual 29
2. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi 45
3. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinjau dari indikator Infrastruktur.....47
4. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Price & value 50
5. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Atraction 52
6. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Outdoor activities 54
7. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator entertaiment & event 56
8. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Relaxation 58
9. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Accesibility.....60
10. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Wisatawan Domestik Tentang Destination Image Dikota Bukittinggi ditinnjau dari indikator Travel Environtment 62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Koesioner Uji Coba Instrumen Penelitian 78
2. Koesioner Penelitian 83
3. Data Uji Coba Instrumen penelitian 88
4. Rangkuman Analisis Validitas 97
5. Rangkuman Analisis Reliabilitas.....107

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization* (WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan social dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azazi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk pula Indonesia.Dalam hubungan ini, berbagai negara termasuk Indonesia pun turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia terutama pada periode 1990 s/d 1996.

Potensi pariwisata di Indonesia sangatlah besar. Membentang dari Propinsi Nangroe Aceh Darussalam sampai Propinsi Papua dengan segala keaneka ragaman obyek pariwisata, berbagai seni budaya yang menawan dan ketersediaan sarana dan prasara pendukung pariwisata, yang kesemuanya itu diharapkan mampu menarik lebih banyak lagi devisa negara, baik dari wisatawan manca negara maupun domestik.

Badai krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 1997, merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi masyarakat terutama pada sektor pariwisata di Indonesia, terutama untukmelakukanperbaikandi sistem pariwisata Indonesia. Disamping itu berdasarkan Undang-undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional pariwisata, pemerintah ditugaskan

untuk turut mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memulihkan citra Indonesia di dunia internasional.

Menghadapi tantangan dan peluang ini, telah dilakukan pula perubahan peran Pemerintah dibidang kebudayaan dan pariwisata yang pada masa lalu berperan sebagai pelaksana pembangunan, saat ini lebih difokuskan hanya kepada tugas-tugas pemerintahan terutama sebagai fasilitator agar kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh swasta dapat berkembang lebih pesat. Peran fasilitator disini dapat diartikan sebagai menciptakan iklim yang nyaman agar para pelaku kegiatan kebudayaan dan pariwisata dapat berkembang secara efisien dan efektif.

Industri pariwisata mempunyai fungsi yang sangat penting untuk memperluas dan memeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, juga mempunyai fungsi sebagai sarana pendorong bagi pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebuyaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkokoh jatidiri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.Selain itu sub sektor pariwisata pun diharapkan dapat menggerakan ekonomi rakyat, karena dianggap sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Harapan ini dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata yang berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development.* Indonesia kaya dengan beragam wisata budaya dan keindahan wisata alam, serta berbagai masakan yang mengandung nilai cita rasa tinggi dalam wisata kulinernya. Keindahan itu semua yang akhirnya membuat Indonesia dikenal sebagai salah satu negara tempat wisata yang popular.

Wisata Indonesia menjadi salah satu tujuan utama wisatawan mancanegara. Keindahan alam yang tersebar di seluruh pelosok tanah air menjadikan pariwisata Indonesia menjadi salah satu penghasil devisa terbesar.Oleh karena itu pariwisata di Indonesia harus dikembangkan dengan sebaik mungkin, tujuan utama dari pengembangan pariwisata adalah untuk meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat.Pembangunan pariwisata mendorong pembangunan nasional begitu juga sebaliknya pembangunan nasional mempengaruhi pembangunan pariwisata.

Di Indonesia sendiri Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata.Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Fasilitas wisatanya yang cukup baik, serta sering diadakannya berbagai festival dan even internasional, menjadi pendorong datangnya wisatawan ke provinsi ini. Contoh kegiatan internasional yang diselenggarakan untuk menunjang pariwisata Sumatera Barat adalah lomba balap sepeda *Tour de Singkarak*, festival Tabuik, serta kejuaraan selancar *Mentawai International Pro Surf Competition*. Selain itu juga mempunya wisata budaya dan wisata alam.Selain itu pariwisata Sumatera Barat juga banyak mempunyaieven budaya yang khas, Festival Rendang, permainan kim, dan seni bertenun. Disamping wisata alam dan budaya, Sumatera Barat juga terkenal dengan wisata kulinernya.

Selain itu Sumatera Barat juga didukung dengan adanya fasilitas akomodasi yang tersebar di berbagai lokasi wisata, seperti hotel dan agen perjalanan yang cukup baik. Pada akhir tahun 2012, provinsi ini telah memiliki 221 hotel dengan jumlah kamar mencapai 5.835 unit. Namun hotel-hotel

berbintang lima dan empat, hanya terdapat di Padang dan Bukittinggi. Sedangkan untuk agen perjalanan di bawah keanggotaan ASITA, Sumatera Barat sudah memiliki lebih dari 100 agen. Untuk melengkapi fasilitas penunjang pariwisata, pemerintah juga menyediakan kereta api wisata yang beroperasi pada waktu tertentu.

Pengembangan potensi wisata dan didukung oleh industri terkait seperti hotel dan travel agent menjadikan Kota Bukittinggi sebagai kota wisata dan sekaligus Kota destinasi wisata. Pada tanggal 11 Maret 1984 Bukittinggi dicanangkan sebagai kota wisata dan destinasi wisata utama di Sumatera Barat. Pada bulan Oktober 1987 ditetapkan sebagai daerah Pengembangan Pariwisata Propinsi sumatera Barat dengan Perda Nomor: 25 tahun 1987.

Kota Bukittinggi menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan, hal ini dikarenakan Bukittinggi memiliki banyak objek wisata seperti wisata alam (Ngarai Sianok, Taman Panorama, Panorama baru, Jenjang 1000, dan pemandangan Balai Kota Bukittinggi), Wisata Sejarah (Jam Gadang, Benteng *Fort de Kock*, Istana Bung Hatta, Kebun Binatang/Taman Kinantan, Lobang Jepang, dan Rumah Kelahiran Bung Hatta), Wisata Budaya (Museum Budaya/ Rumah Gadang Bagonjong dan Museum Tridaya Eka Dharma), Wisata Kuliner/ Belanja (Los Lambuang), dan Wisata Konferensi (Balai Sidang Bung Hatta, Auditorium Pustaka Bung Hatta, dan Istana Bung Hatta), yang dapat dikunjungi oleh wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bukittinggi Tahun 2011-2016

Bulan	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	6.884	26.073	31.806	34.098	36.140	36.540
Februari	3.831	14.665	11.784	17.691	20.597	20.515
Maret	4.957	13.935	15.039	25.665	20.283	19.127
April	4.371	13.989	17.604	21.396	20.393	20.830
Mei	7.692	24.225	26.869	43.689	35.064	33.676
Juni	9.048	27.465	19.332	42.137	32.124	20.049
Juli	12.479	25.034	22.550	23.078	49.030	97.783
Agustus	6.245	5.817	63.216	102.599	68.355	32.287
September	32.177	60.735	55.069	23.808	15.510	22.182
Oktober	6.935	13.921	14.850	24.290	24.030	17.819
November	8.415	13.940	16.905	23.241	25.747	17.628
Desember	21.813	21.530	38.734	49.070	42.229	56.436
Jumlah	**124.853**	**261.351**	**295.963**	**450.670**	**389.479**	**390.874**

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi (2016)

Pada umumnya wisatawan mempunyai ekspektasi yang mereka inginkan sebelum mereka berkunjung ke suatu destinasi wisata. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karasteristik individu seperti kebutuhan pribadi *(personal needs).* kebutuhan pribadi wisatawan meliputi rasa aman, suasana yang tertib, teratur dan tenang. Disamping itu, wisatawan juga ingin dilayani dengan baik, disambut dengan keramahan, disuguhi pemandangan-pemandangan yang indah dan unik, tempat menginap yang bersih dan nyaman, serta makanan yang lezat.Namun tidak semua wisatawan mendapatkan apa yang diinginkannya didaerah destinasi wisata, sehingga wisatawan memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap destinasi wisata. Robbins (2003:97) mendeskripsikan "persepsi merupakan kesan yang diperoleh olehindividu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diinterpretasi dandievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.

Ekspektasi harus sesuai dengan persepsi wisatawan, dimana persepsi ini diketahui saat/setelah wisatawan berkunjung kesuatu objek wisata. Persepsi ini sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan juga dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan/destinasi dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang/datang kembali dan terciptanya loyalitas pelangggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word of mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2008: 24).

Ekspektasi selalu ada karena 4 hal: *Individua needs* atau kebutuhan individu artinya wisatawan memiliki tuntutan. Semakin tinggi tuntutan maka ekspektasi wisatawan juga semakin tinggi. *Word of mouth* yaitu pelanggan bisa mempunyai harapan tertentu karena cerita dari orang lain atau yang sering disebut dengan referensi. *Past Experience* atau pengalaman masa lalu. Oarng byang mempunyai pengalaman baik dimasa lalu menginginkan kepuasan yang minimal sama dengan yang terdahulu, sehingga wisatawan tidak merasa kecewa. *External Comunication* adalah suatu usaha sebuah perusahaan (objek wisata) untuk menjanjikan suatu kepuasan terhadap pelanngan/wisatawan dalam rangka promosi/menarik perhatian wisatawan (Kertajaya,2004;223)

Citra destinasi atau *destination image*adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya (Tasci dan Kozak 2006: 304).

Berdasarkan survey yang penulis lakukan pada tanggal 3 juli 2015 terhadap 10 wisatawan yang mengatakan bahwa image terhadap Kota Bukittinggi sebagai kota wisata adalah sangat baik. Setiap masyarakat tentusaja mempunyai

ekspektasi yang baik terhadap suatu tempat objek wisata, namun pada saat berkunjung belum sesuai dengan apa ekspektasi yang di harapkan. seperti infrastruktur yang kurang baik, harga makan dan minuman yang terlalu mahal di objek wisata tertentu, atraksi sejarah yang kurang terawat, tidak adanya *outdoor activities, entertainment* dan *event* yang sangat jarang, tidak adanya tempat *relaxation*, *accesibilitas* ke destinasi yang sulit dan macet, *travel environtmen* yang kurang nyaman karna lingkungan desnitasi yang masih tidak terjaga dari sampah dan kotoran, serta banyaknya terjadi pemalakan oleh beberapa oknum dan masih banyaknya pelaku objek wisata yang membuat pengunjung tidak nyaman diantaranya badut-badut dan pengamen seperti yang terjadi di atraksi wisata jam gadang Kota Bukittinggi.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti apa persepsi masyarakat domestik tentang destinatsi image di Kota Bukitinggi jika ditinjau dari beberapa faktor diantaranya *Infrastructure, price & Value*, *Atraction, entertainment & event, aksesibilitas,* dan keadaan disekitar lingkungan pariwisata/*travel environtment*. Dan penulis tuangkan dalam bentuk proposal penelitian yang berjudul **"Ekspektasi dan Persepsi Wisatawan Domestik Tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi".**

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Kurang baiknya persepsi wisatawan setelah berkunjung ke Kota Bukittinggi.

2. Kurangnya pemeliharaan terhadap *infrastructure*, serta sarana dan prasarana di berbagai objek wisata di Kota Bukittinggi.
3. Kurangnya tempat parkir dan fasilitas umum di berbagai atraksi wisata di Kota Bukittinggi.
4. Banyaknya khasus pemalakan kepada pengunjung yang dilakukan oleh oknum2 tertetu seperti badut-badut dan tukang parkir.
5. Tidak adanya angkutan umum yang dapat digunakan wisatawan untuk menuju ke beberapa atraksi wisata di Kota Bukittinggi.
6. Kurang puasnya wisatawan seperti:
    1) *Destination image* Kota Bukittinggi tidak sesuai dengan ekspektasi wisatawan domestik.
    2) Ekspektasi wisatawan domestik tidak sesuai dengan persepsi wisatawan saat/sesudah mengunjungi objek wisata diKota Bukittinggi.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini aktivitas yang dilakukan dibatasi hanya pada Persepsi wisatawan domestik tentang *Destination Image* di Kota Bukittinggi ditinjau dari 8 indikator destinasi wisata yaitu: *Infrastructure, price & value, Atraction, outdoor aktifities, entertainment & event, relaxation, accessibility, dan travel environtment.*

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi wisatawan domestik di Kota Bukittinggi?
2. Bagaimana *Destination image* di Kota Bukittinggi?.

3. Sejauh mana persepsi wisatawan domestik tentang *destination image* di Kota Bukittinggi jika ditinjau dari indikator *Infrastructure, price & value, Atraction,outdoor aktifities, entertainment & event, relaxation, accessibility, dan travel environtment?.*

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi dan persepsi wisatawan domestik tentang *destination image* di Kota Bukittinggi jika ditinjau dari indikator:

1. Infrastructure

2. Price & value

3. Atraction

4. Outdoor aktifities

5. Entertainment & event

6. Relaxation

7. Accessibility, dan

8. Travel environtment.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintah Kota Bukittinggi

   Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan acuan untuk melakukan langkah-langkah perbaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan wisatawan, khususnya di berbagai objek wisata di kota bukit tinggi.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

   Di harapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi, gambaran, dan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian dalam bidang pariwisata.

3. Bagi Masyarakat Setempat

   Dapat dijadikan referensi dan acuan untuk kedepannya dalam mengembangkan destinasi wisata di Kota Bukit Tinggi.

4. Bagi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang

   Menambah dan memperkaya penelitian, serta menjadi referensi dalam mata kuliah pariwisata di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Program Studi Manajemen Perhotelan.

5. Bagi Penulis

   Sebagai syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana.Selain itu agar penulis mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam industri agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori-teori yang di peroleh saat kuliah.