

ABSTRAK

Nama : Muhammad Irfan Marwan
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
Judul : Identifikasi Hubungan Karakteristik Wisatawan Dengan
Length Of Stay Di Kota Bandung
Pembimbing : Mustovia Azahro, S.T., M.T
Tia Adelia Suryani, S.T., M.P.W.K

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang paling diminati banyak wisatawan di Indonesia. Berbagai macam jenis wisata tersedia di Kota Bandung. Dalam RIPPDA disebutkan bahwa Kota Bandung memiliki kawasan strategis pariwisata yaitu wisata alam, wisata pendidikan, wisata belanja, wisata budaya, wisata budaya tradisional dan wisata konvensi dan olahraga. Jumlah kunjungan wisatawan Kota Bandung setiap tahun mengalami peningkatan. Namun jumlah lama tinggal wisatawan di Kota Bandung hanya selama 2,25 hari. Hal tersebut masih terbilang kurang di bandingkan dengan lama tinggal wisatawan di Bali. Dengan beragamnya karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Maka muncul pertanyaan penelitian yaitu **“Bagaimana Hubungan Karakteristik Wisatawan dengan *Length of Stay* Kota Bandung?”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan karakteristik wisatawan (usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, partner berkunjung, motivasi berkunjung, dan tempat menginap) dengan *length of stay* di Kota Bandung. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode campuran dimana pendekatan dilakukan dengan cara mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Hasil dari analisis tersebut adalah hubungan karakteristik wisatawan dengan *Length of Stay* di Kota Bandung.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode campuran dimana pendekatan dilakukan dengan cara mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif serta menggunakan analisis *crosstab*. Berdasarkan hasil analisis *crosstab*, karakteristik wisatawan yakni partner berkunjung dan motivasi berkunjung berhubungan dengan *length of stay* di Kota Bandung. Partner berkunjung ditemani bersama keluarga dan motivasi berkunjungnya adalah berwisata.

Kata Kunci: *Length of Stay*, Karakteristik Wisatawan, Preferensi, Kawasan Strategis Pariwisata, Analisis *Crosstab*

ABSTRACT

Name : Muhammad Irfan Marwan
Study Program : Urban and Regional Planning
Title : Identification of the Relationship between Tourist
Characteristics and Length of Stay in Bandung City
Advisor : Mustovia Azahro, ST, M.T
Tia Adelia Suryani, S.T., M.P.W.K

*Bandung is one of the most popular cities for tourists in Indonesia. Various types of tours are available in the city of Bandung. In the RIPPDA, it is stated that the city of Bandung has a strategic tourism area, namely nature tourism, educational tourism, shopping tourism, cultural tourism, traditional cultural tourism and convention and sports tours. The number of tourist visits in Bandung City has increased every year. However, the length of stay of tourists in Bandung is only 2.25 days. This is still somewhat lacking compared to the length of stay of tourists in Bali. With the various characteristics of tourists visiting the city of Bandung. Then the research question arises, namely "**How is the Relationship between the Characteristics of Tourists and the Length of Stay in Bandung?**"*

This study aims to determine whether or not there is a relationship between tourist characteristics (age, education, profession, income, visiting partners, motivation to visit, and places to stay) with the length of stay in Bandung. The result of this analysis is the relationship between tourist characteristics and Length of Stay in Bandung City.

The analytical method used in this study is a mixed method in which the approach is carried out by combining qualitative research and quantitative research and use crosstab analysis. Based on the results of the analysis crosstab. The characteristics of tourist namely visiting partner and visiting motivation are related to the length of stay in Bandung. Visiting partner is accompanied by family and the motivation for visiting is traveling.

Keywords: Length of Stay, Tourist Characteristics, Preferences, Strategic Tourism Areas, Analysis Crosstab