

ABSTRAK

Rezky Nurul Fajrin. 2020. Persepsi Pengunjung Tentang *Waterboom* Grand Mall Sebagai Daya Tarik Wisata Buatan di Kabupaten Maros. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Kepariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Pembimbing: Dr. H Darwis, S.Sos., MM & Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd.,CHE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang komponen daya tarik wisata buatan *waterboom* di Grand Mall Maros, bagaimana persepsi Pengunjung tentang komponen daya tarik wisata buatan *waterboom* di Grand Mall Maros. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menjabarkan seluruh data secara deskriptif dan akurat.

Hasil penelitian ini menghasilkan beberapa hasil penelitian yang dimana persepsi Pengunjung tentang daya tarik wisata yang diukur dengan 4 (empat) indikator yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan *Ancillary Service* secara keseluruhan sudah baik, tetapi ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian bagi pengelola *waterboom* Grand Mall, yakni kemacetan menuju lokasi, pemerhatian spot unggulan yang lain untuk lebih baik kedepannya juga kebersihan harus tetap terjaga, dan pelayanan yang diberikan agar lebih baik lagi.

Kata Kunci: Persepsi, Pengunjung, Komponen Daya Tarik Wisata

ABSTRACT

Rezky Nurul Fajrin. 2020. Tourist Perceptions About the Waterboom Grand Mall as an Artificial Tourist Attraction in Maros Regency. Final Project Tourism Management Study Program Makassar Tourism Polytechnic.

Supervisor: Dr. H Darwis, S. Sos., MM & Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd., CHE

This study aims to determine how the description of the components of the tourist attraction made by Waterboom in Grand Mall Maros, how tourists are perceptive about the tourist attraction component made by Waterboom in Grand Mall Maros. This type of research uses qualitative methods. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses descriptive qualitative analysis method by describing all data descriptively and accurately.

The results of this study resulted in a number of research results in which tourist perceptions about tourist attraction as measured by 4 (four) indicators namely Attractions, Accessibility, Amity, and Ancillary Service as a whole are good, but there are some things that need to be a concern for managers of Grand Waterboom Mall, which is traffic jams to the location, attention to other superior spots for better future also cleanliness must be maintained, and the services provided to be even better.

Keywords: Perception, Touris, Tourist Attraction Component.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor: KP.001/92/09/POLTEKPAR-2020 untuk membimbing Saudara/i:

Yang bertanda tangan di bawah ini.

1. Nama : Rezky Nurul Fajrin
2. NIM : 16.212040
4. Program Studi : Manajemen Kepariwisataaan
5. Judul Proyek Akhir

PERSEPSI WISATAWAN TENTANG *WATERBOOM* GRAND MALL SEBAGAI DAYA
TARIK WISATA BUATAN DI KABUPATEN MAROS

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini telah diperiksa dan dapat diajukan di hadapan Tim Penguji Ujian Proyek Akhir Politeknik Pariwisata Makassar.

Makassar, Juni 2020

Disetujui oleh :

Pembimbing 1



Dr. H. Darwis, S.Sos., MM
NIP. 19690907 19903 1 001

Pembimbing 2



Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd., CHE
NIP. 19680314 200212 1 001