

**PERILAKU PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA AIR PANAS  
SUAMAN DI DESA PAWAN KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN  
ROKAN HULU PROVINSI RIAU**

**By : Afe Risnan**  
**Conselor : Dr. Dra. Hj. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si**  
**Email : Afe\_risnan@yahoo.com**  
**Contact Person : 082283760408**  
**Tourism Department**  
**Faculty of Social and Political Science**  
**Riau University**

**Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru**  
**Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277**

**ABSTRACT**

*This research purpose to determine behaviour Of The visitors as a tourist object Air Panas Suaman in Pawan Village Rambah districts Rokan Hulu district Riau Province.*

*This research uses a descriptive quantitative method to study the issue discussed. The sample in this research is 100 respondents which were taken by using accidental sampling. While data collection techniques in this research using observation, questionnaire by using a likert scale as a measure to determine the length of the short interval.*

*Based on the research that has been done, behaviour Of The visitors as a tourist object Air Panas Suaman in Pawan Village Rambah districts Rokan Hulu district Riau Province. are included in the category of less agree, because Air Panas Suaman many deficiency.*

*Keywords : Behaviour Visitors ,Tourism, Rokan Hulu district, Air Panas Suaman*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perilaku wisatawan dunia dewasa kini beragam, banyak perilaku yang berubah dari wisatawan yang dulu dengan wisatawan sekarang misalnya, wisatawan dahulu melakukan perjalanan wisata begitu lama, karena akses begitu buruk dan transportasi tidak memadai beda dengan wisatawan sekarang, kini transportasi lebih memadai, dengan waktu yang singkat wisatawan bisa pergi ke tempat, daerah, objek wisata yang berbeda.

Begitu juga dengan akomodasi yang lebih memadai, sekarang banyak penyedia akomodasi yang menawarkan pelayanan singkat untuk jangka waktu wisata yang singkat pula dan beragam paket-paket penawarannya dengan melakukan promosi yang mudah diterima oleh wisatawan, lain dengan wisatawan dahulu, untuk mendapatkan informasi sangat sulit dikarenakan sulitnya akses informasi pada saat itu. (I Gde pitana. 2005)

Dalam perkembangan dunia saat ini tempat wisata sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Semakin padatnya aktivitas dan tuntutan kerja yang mereka lakukan semakin membutuhkan liburan yang menyenangkan untuk berkumpul bersama keluarga, serta membuat masyarakat harus memilih tempat-tempat atau lokasi yang dirasa dapat memberikan kepuasan bagi kita semua. Perkembangan pariwisata menyebabkan persaingan menjadi semakin kompetitif antara tempat wisata. Berbagai promosi dapat

ditempuh oleh para pebisnis dibidang ini untuk melakukan persaingan.

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No: 10 tahun 2009 tentang pokok – pokok kepariwisataan yaitu: penyediaan makanan dan minuman, kawasan pariwisata, penyediaan atraksi dan penyediaan cendramata. Kepariwisataan dapat dilihat dari sebagai suatu profesi yang memiliki kaidah-kaidah dan kode etik sendiri. Masalah pariwisata telah diorientasikan kearah kemajuan usaha dan pembangunan ekonomi. Perencanaan dan pembangunan pariwisata adalah untuk memperoleh dampak positif bagi perkembangan ekonomi dari segi pemerintah dan perdagangan pada suatu daerah tujuan wisata bagi pengusaha.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi wisata yang besar, hampir di setiap daerah di Indonesia memiliki destinasi pariwisata yang sangat menarik untuk di kunjungi, salah satunya adalah Provinsi Riau. Provinsi Riau memiliki banyak potensi wisata, terletak ditengah-tengah pulau sumatera yang memiliki potensi wisata yang menarik membuat Provinsi Riau mulai di lirik sebagai tempat tujuan wisata. Dari sekian banyak kabupaten yang ada di Provinsi Riau, Kabupaten Rokan Hulu juga termasuk salah satu kabupaten yang memiliki daerah tujuan wisata yang cukup banyak dan menarik untuk dikunjungi. Kabupaten Rokan Hulu merupakan sebuah kabupaten yang ada di Provinsi Riau Daratan, memiliki letak yang sangat strategi di tengah pulau sumatera, di bentengi jajaran bukit barisan memiliki tiga

sungai besar, iklim yang baik, dan merupakan daratan tertinggi di Provinsi Riau. Dari letak yang sangat strategi, Kabupaten Rokan Hulu ini

memiliki banyak potensi wisata alam yang sangat menarik untuk dikunjungi. Objek Wisata Tersebut di antaranya adalah :

**Tabel 1.1**

**DAFTAR OBJEK WISATA DI KABUPATEN ROKAN HULU**

No	Nama Objek Wisata	Lokasi
1	Air Panas Hapanasan	Desa Pawan
2	Air Panas Suaman	Desa Pawan
3	Pawan Resort	Desa Pawan
4	Gua Huta Sikapir	Desa Pawan
5	Danau Cipogas	Desa Sialang Jaya
6	Makam Raja Rambah	Desa Kumu
7	Danau Menaming	Desa Menaming
8	Air Terjun Aek Matua	Desa Tangun
9	Danau Puar	Kota Lama
10	Danau Ombak	Kota Lama
11	Gua Tujuh Serangkai	Kabun
12	Gua Puo Raya	Tandun
13	Rumah Batu Serombow	Desa Serombou Indah
14	Air Terjunsungai Sitolang	Rokan IV Koto
15	Istana Raja Rokan	Rokan IV Koto
16	Benteng Tujuh Lapis	Dalu-Dalu
17	Taman Nasional Bukit Suligi	Rantau Kasai

*Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu 2013*

Dari tabel di atas dapat di lihat begitu banyak potensi wisata yang ada di kabupaten Rokan Hulu. Kabupaten Rokan Hulu merupakan daerah yang dapat melakukan kegiatan pariwisata, banyak produk - produk yang unggul untuk di kunjungi wisatawan dan salah

satunya adalah Objek Air Panas Suaman yang terletak di Desa Pawan.

Sumber Air Panas Suaman ini terletak di kawasan wisata Gunung Bonsu kecamatan Rambah sekitar 9 Km dari kota Pasir Pengaraian. Terdapat dua sumber air

panas gejala pos vulkanis dengan suhu 56-60°C. Sumber air panas ini terletak di kaki Gunong Bonsu, dan mengeluarkan material vulkanis seperti belerang dan material lainnya. Air panas ini sangat digemari pengunjung, karena selain air panas, sungai Suaman yang mengalir di bawah pancuran air panas sangat dingin dan jernih sebagai air pembanding. Tidak itu saja, di Air Panas Suaman terdapat juga gua Sekapir yang tidak jauh dari objek air panas, biasanya wisatawan mengunjungi Air Panas Suaman setelah mendaki bukit untuk melihat gua Sekapir tersebut.

Disamping itu juga air panas suaman ini juga memiliki daya tarik tersendiri, banyak orang percaya bahwasanya Air Panas Suaman ini dapat mengobati penyakit kulit, seperti gatal-gatal dan berbagai macam penyakit kulit lainnya karena air panas suaman ini mengandung senyawa belerang yang bisa menyembuhkan penyakit kulit. Oleh sebab itu banyak pengunjung yang ingin mencoba khasiat dari Air Panas Suaman tersebut.

Untuk menambah daya tarik pengunjung, di Objek Wisata Air Panas Suaman terdapat juga panggung hiburan rakyat, yang mana panggung tersebut berlokasi tidak jauh dari sumber mata air tersebut. Panggung ini berfungsi sebagai hiburan rakyat di hari - hari tertentu, misalnya: hari raya idul fitri, hari kemerdekaan Indonesia, dll. Akses menuju objek air panas suaman sangat mudah, jalan yang sudah menggunakan aspal dan adanya petunjuk petunjuk menuju lokasi tersebut, jadi wisatawan tidak akan tersesat apabila ingin berkunjung ke

Air Panas Suaman, dan penduduk desa yang ikut serta dalam mengembangkan objek Air Panas Suaman.

Berdasarkan data diatas dan juga pentingnya untuk mengetahui karakteristik pengunjung di air panas suaman ini agar tercapainya tujuan pemerintah sesuai dengan visi dan misi yang diinginkan. Untuk itulah dalam kesempatan ini peneliti merasa tertarik mengambil dan mengangkat judul: **PERILAKU PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA AIR PANAS SUAMAN DI DESA PAWAN KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU PROVINSI RIAU**".

### **Rumusan Masalah**

Dari data jumlah kunjungan wisatawan ke objek Air Panas Suaman dari tahun 2010 sampai dengan 2014 itu mengalami fluktuatif, yaitu setiap tahunnya jumlah pengunjung selalu naik turun. Pada tahun 2010 jumlah pengunjung berjumlah 41.154, sedangkan pada tahun 2011 jumlah pengunjung berjumlah 57.891, dan pada tahun 2012 kembali naik yaitu berjumlah 72.432. sedangkan pada tahun 2013 puncak jumlah pengunjung tertinggi, yaitu berjumlah 69.821 dan kembali turun pada tahun 2014 jumlah pengunjung berjumlah 66.020. Disini dapat dilihat bahwa perilaku pengunjung selalu berubah-ubah dan juga di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas penulis mencoba merumuskan masalah yaitu: **Bagaimana Perilaku Pengunjung**

pada Objek wisata Air Panas Suaman di Kabupaten Rokan Hulu ?

### Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pengelola di Objek Wisata Air Panas Suaman dalam menarik minat pengunjung ?
2. Bagaimana perilaku pengunjung yang datang ke Objek Wisata Air Panas Suaman kabupaten Rokan Hulu ?

### Batasan Masalah

Untuk mempermudah atau tidak melebarnya pembahasan yang akan di lakukan dan untuk memfokuskan penelitian, maka penelitian ini penulis hanya membahas tentang perilaku pengunjung yang datang ke Objek Wisata Air Panas Suaman Kabupaten Rokan Hulu.

### Tujuan Penelitian

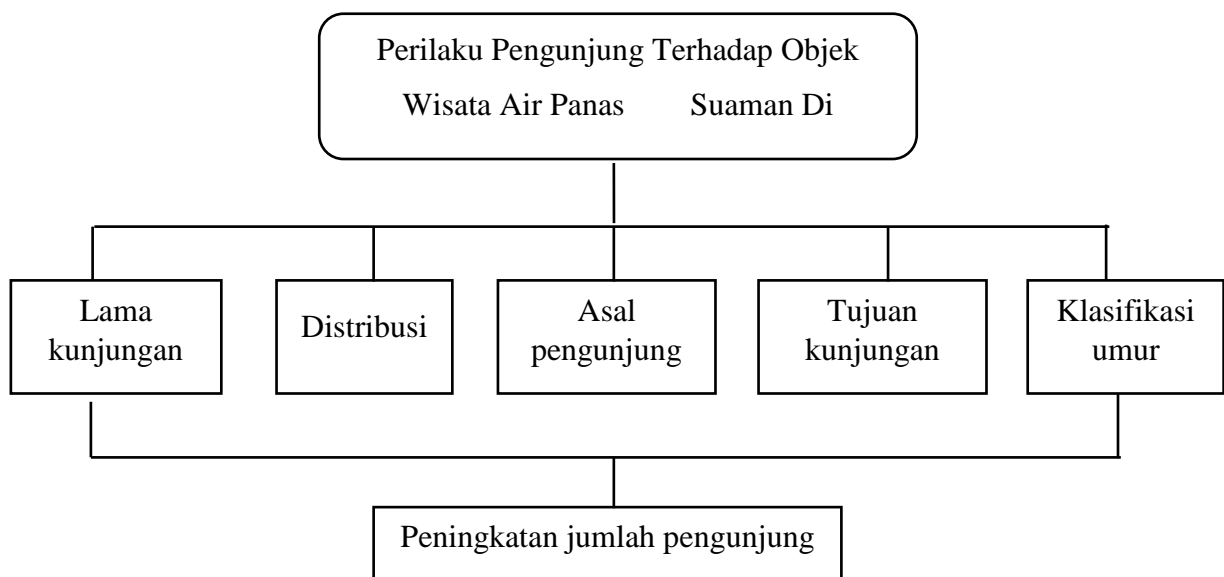
1. Untuk mengetahui perilaku pengunjung di Objek Wisata Air Panas Suaman Kabupaten Rokan Hulu.
2. Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan pengelola di Air Panas Suaman dalam menarik minat pengunjung.

### Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini akan bermanfaat untuk :

1. Sebagai penambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dalam mempraktekkan teori yang diterima selama perkuliahan
2. Hasil penelitian ini hendaknya dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu.
3. Sebagai bahan acuan atau bahan bacaan bagi Lembaga Pendidikan Kepariwisataannya khususnya di Pariwisata Universitas Riau.

### Kerangka Pemikiran



## Tinjauan Pustaka

Analisa pengunjung sangat penting dalam hubungannya dengan perancangan, diversifikasi obyek wisata, daya dukung obyek, analisis kecendrungan (*trend analysis*), analisis segmentasi pasar, strategi pendidikan dan penyuluhan wisata alam dan konservasi sumberdaya alam, dan sebagainya. Oleh karena itu cakupan analisis pengunjung adalah sebagai berikut:

1. Pola kunjungan ( trend, musiman/bulanan)
2. Distribusi spesial pengunjung (mengingat, tidak mengingat)
3. Distribusi spasial pengunjung (lokasi x, lokasi y)
4. Asal pengunjung (dalam negeri, luar negeri)
5. Tujuan kunjungan (rekreasi, penelitian, pendidikan)
6. Klasifikasi berdasarkan umur (<5 tahun, 5-10 tahun, 11-20 tahun)
7. Alat transportasi (darat, laut, udara : permusim)

Analisis akan lebih baik bila dilakukan secara berkala (*time series*) untuk dapat memprediksi kecenderungan (*trend*) yang muncul. Apalagi telah dilakukan analisis daya dukung obyek, data pengunjung sangat diperlukan dalam rangka evaluasi dampak negatif kunjungan terhadap obyek, yakni dengan membandingkan jumlah pengunjung dengan kemampuan daya dukungnya.

Data pengunjung yang lengkap dan konsisten sangat diperlukan dalam rangka survei-survei pengunjung, baik yang dilakukan oleh pengelola obyek maupun lembaga-lembaga penelitian,

untuk kepentingan monitoring dan evaluasi terhadap dampak. Struktur umur dan asal pengunjung akan berdampak pada pola *ekspenditur*, *preferensi obyek*, *length of stay*, pengelolaan pengunjung, dan sebagainya.

Perilaku konsumen, seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000), adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (*decision units*) baik individu maupun kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan – keputusan atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu :

1. Tahap perolehan (*acquisition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*)
2. Tahap konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*)
3. Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

Konsepsi perilaku konsumen adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari orang lain. Cara memandang dunia pasti

dipengaruhi oleh sesuatu dari dalam membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu.

Mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana sensasinya diterima seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Untuk memahami definisi ini, pertama-tama harus diketahui dahulu apa yang dimaksudkan dengan sensasi. Sensasi datang dan diterima oleh manusia melalui panca indera, yaitu mata, telinga, hidung, mulut dan kulit yang disebut juga sistem sensorik. (Solomon, 1999).

Menurut Suryani (2008:13), Menurut tujuan pembeliannya, konsumen dapat dikelompokkan menjadi konsumen akhir (individual) yaitu yang terdiri dari atas individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi. Sedangkan kelompok lain adalah konsumen organisasional yang terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang lembaga non – profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau kesejahteraan anggotanya.

Keputusan pembelian barang / jasa seringkali melibatkan dua pihak atau lebih. Umumnya ada lima peranan yang terlibat. Kelima peran tersebut meliputi :

1. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang pertama kali menyarankan ide untuk membeli suatu barang / jasa.
2. Pembawa pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasihat yang

mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pengambilan keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian.
4. Pembeli (*buyer*), yaitu orang melakukan pembelian secara nyata.
5. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi dan menggunakan barang/jasa yang dibeli.

Dilihat dari proses pengambilan keputusan, proses keputusan pembelian sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan adapula yang kompleks.

Menurut Nugroho (2003:11), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

#### 1. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku konsumen seseorang. Bila makhluk-makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

#### 2. Sosial

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya adalah kelompok-kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman, dan teman. Kelompok-kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok seseorang yang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok

aspirasi, sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai individu lain.

### 3. Pribadi

Umur dan tahapan dalam bentuk siklus hidup Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

### 4. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

### 5. Psikologis

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

Sekarang kita dapat menghargai berbagai kekuatan yang mempengaruhi perilaku konsumen. Keputusan memilah atau memilih merupakan hasil atau hubungan yang saling dipengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, nasional dan pribadi.

Menurut William J. Stanton (1981) motif merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri konsumen yang perlu dipenuhi agar konsumen tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan konsumen agar mampu mencapai tujuan motifnya. (Mangkunegara, 2002:11)

Ernest Kretschmer (1925) tipe-tipe konsumen ialah adanya korelasi positif antara bentuk tubuh manusia dengan perilakunya. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, Kretschmer mengategorikan tipe-tipe konsumen, yaitu tipe piknis, tipe leptosom, dan tipe atletis. (Mangkunegara, 2002:55)

Menurut Ferrinadewi motivasi memiliki 2 komponen yaitu komponen pemberdaya dan komponen pengarah (Petri, 1981:4). Komponen pemberdaya mengacu pada kekuatan mental dalam diri konsumen yang mendorong mereka untuk melakukan sesuatu sehingga kebutuhannya terpenuhi.

Dorongan (*drive*) merupakan konsep motivasi yang biasanya dihubungkan dengan keseimbangan homeostatis manusia. Homeostatis adalah proses dimana mekanisme tubuhnya berupaya untuk menjaga tubuh pada kondisi yang optimal. Ketika kita tidak minum seharian, maka rasa haus yang akan kita rasakan merupakan dorongan yang bertujuan untuk mengembalikan keseimbangan cairan tubuh yang normal. Umumnya dorongan diaktifkan oleh adanya kebutuhan namun pada beberapa situasi,



dorongan akan memberdayakan perilaku individu artinya individu kemampuan meresponnya. Seakan melakukan atau merespon sesuatu karena adanya dorongan.

Konsep perilaku konsumen adalah :

- a. Menjelaskan perilaku pelanggan dengan menghubungkan pengetahuan terhadap alternatif pilihan perilaku dengan pengetahuan diri sendiri
- b. Menciptakan arah konstruksi perilaku pelanggan
- c. Memahami perilaku beli merupakan komponen utama dari inteligen pemasaran dan

Menurut Christoper Lovelock dan Jhon Wirtz (2012 :43) keputusan untuk membeli atau menggunakan jasa akan dipicu oleh kebutuhan dasar atau timbulnya kebutuhan dari seseorang individu maupun organisasi. Kesadaran akan suatu kebutuhan ini akan mendorong pencarian informasi dan pengevaluasian berbagai alternatif sebelum sebuah keputusan diambil. Kebutuhan ini bisa dipicu oleh:

- Pikiran bawah sadar (misalnya, identitas dan aspirasi pribadi)
- Kondisi fisik (misalnya, lapar dan haus)

## Metode Penelitian

### Desain Penelitian

Metodologi penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Peneliti berusaha menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dengan cara mengumpulkan data dan informasi dilapangan dan menjelaskan dalam

bentuk uraian tanpa menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahkmat: 1999).

Menurut Wardiyanta (2006: 4) penelitian kualitatif menggunakan data yang bersifat kualitatif dan tahapan pelaksanaannya bisa berbeda antara satu penelitian dan lainnya.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Sedangkan yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung dan yang sedang berkunjung di objek wisata air panas suaman tersebut. Yang menjadi populasi adalah pengelola objek air panas suaman.

### Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti (Margono: 2005), maka dalam pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Mengingat penulis tidak mengetahui perilaku populasi secara keseluruhan, oleh karena itu yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang sudah pernah berkunjung ataupun yang sedang berkunjung di objek wisata air panas suaman, penulis mengambil sebanyak 99,4 digenapkan menjadi 100 orang wisatawan.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{66.020}{1+66.020 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{66.020}{1 + 66.020 (0,01)}$$

$$n = \frac{66.020}{1+660,20}$$

$$n = \frac{66.020}{661,2}$$

n = 99,84 pengunjung = 100 Pengunjung

### Jenis dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Yaitu data yang langsung di peroleh dari Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu.

#### 2. Data Sekunder

Yaitu data diperoleh penulis berdasarkan literatur dan juga studi keperpustakaan yang berkaitan dengan judul.

### Teknik Pengumpulan Data

#### Kuesioner

##### 1. Kuesioner

Cara memperoleh data dengan menyebarkan daftar pertanyaann kepada responden

##### 2. Tekhnik Observasi

Memperoleh data mengenai kenyataan yang hendak diteliti dengan cara pengamatan langsung ke objek.

##### 3. Dokumentasi

Memperoleh data dengan cara mengambil gambar ataupun video pada kawasan air panas suaman.

### Alat Pengumpul Data

- Alat Perekam Suara
- Alat Tulis

- Pulpen sebagai alat untuk mencatat data yang dibutuhkan selama melakukan wawancara.
- Buku catatan.
- c. Laptop dan Internet.

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis jelaskan di atas, jadi dapat diambil kesimpulan mengenai Perilaku Pengunjung Pada Objek Wisata Air Panas Suaman Di Kabupaten Rokan Hulu sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil penelitian, bahwa Perilaku Pengunjung Pada Objek Wisata Air Panas Suaman Di Kabupaten Rokan Hulu sudah di nilai cukup baik. Akan tetapi ada beberapa dari indikator yang masih kekurangan, misalnya kurangnya area parkir, kurangnya pengelolaan terhadap air panas itu sendiri, dan kurangnya informasi,
- Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh pihak pengelola untuk menarik pengunjung adalah dengan cara peningkatan fasilitas wisata yang ada di air panas suaman tersebut.

### Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- Agar pengelola Objek Wisata Air Panas Suaman Di Kabupaten Rokan Hulu agar lebih meningkatkan fasilitas yang ada, baik fasilitas utama, maupun fasilitas pendukung dan penunjang. Disamping itu dapat juga menambahkan fasilitas parkir agar pengunjung lebih merasa aman dan nyaman, menambahkan jumlah ruang

ganti, toilet, dan WC umum, agar pengunjung yang datang ke Objek Wisata Air Panas Suaman merasa nyaman.

- b. Agar pengunjung lebih tertarik datang ke Objek Air Panas Suaman pelaksanaan promosi harus lebih ditingkatkan, seperti mempromosikan ke radio-radio setempat, mempromosikan ke media sosial, internet supaya pengunjung lebih tahu dan tertarik untuk datang ke Objek Air Panas Suaman Di Kabupaten Rokan Hulu.

### Daftar Pustaka

A.J, Muljadi. 2009.*kepariwisataan dalam perjalanan*.jakarta : PT. Raja Grafindo

Fandeli, Chafid, Mukhlison. 2000, *analisis perilaku Konsumen*, Yogyakarta : UGM

Demsey. 2002. *Jurnas psikologi universitas diponegoro*. Semarang : Purwadaminta.

Ferrinadewi, erna. 2008. *Merek dan psikologi konsumen*,yogyakarta : graha ilmu kita

Ihalalauw, Prasetyo, 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku konsumen*, Bandung : Refika aditama

Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*,Bandung : Alfabetha

Musry, jacky. 2012. *Pemasaran jasa*, jakarta : erlangga

Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku konsumen*, Bandung : Pernada Media

Pendit, S, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramitha.

Prasetyo,Ristiyanti. 2005. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta : Andi

Ridwan, Mohammmad. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Sofmedia

Suryani,Tatik. 2008. *Perilaku konsumen implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta : Graha ilmu

Suwantoro, Gamal. 1997.*dasar dasar pariwisata*, yogyakarta : andi

Wardiyanta, 2006. *Metodologi penelitian pariwisata*,yogyakarta : andi