

**VISITOR RESPONSES ON TOURIST ATTRACTION BOOMBARA WATERPARK  
KAMPAR DISTRICT**

**By: Gilbert Yosafat Christ Van Doli Manurung**  
*chrizmanroe@gmail.com*

**Advisor: Siti Sofro Sidiq**  
*sitISOFRost@yahoo.com*

*Department of Administration - Tourism Study Program Faculty of Social and Political Science  
Riau University*

**ABSTRACT**

*Responses in the world of tourism are income or the perspective of visitors and tourists in understanding a tourist destination. This research was conducted at Boombara Waterpark at street Pasir Putih KM. 5 Desa Baru Kabupaten Kampar Riau, Indonesia. This riset aims to know visitor responses to the tourist attraction of Boombara Waterpark Kabupaten Kampar . This riset uses a quantitative descriptive method, to manage the data obtained in the field through observation, questionnaires and documentation. This riset uses the theory of Suryadana (2015) where an area has a tourist attraction if it has the following characteristics: uniqueness, authenticity, rarity, foster enthusiasm and provide value for tourists. Based on the results of research with those grand theory the results obtained from the sub variable uniqueness are in the agree category, authenticity are in disagree category, rarity are in the agree category, foster enthusiasm and provide value for tourists are in the agree category. Based on the result so visitors responses to the tourist attraction of Boombara Waterpark need to be improved.*

*Keyword: Responses, Attractions*

## LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu Negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah dan memiliki keanekaragaman geografis dan sosial budaya. Potensi yang dimilikinya adalah modal utama bagi pengembangan sector pariwisata dan dianggap sebagai potensi pengembangan kegiatan perekonomian yang dapat menghasilkan devisa Negara, dapat membuka lapangan pekerjaan dan menambah pendapatan masyarakat.

Menurut UU No. 10 tahun 2009 yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Riau adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian tengah Pulau Sumatera. Provinsi ini termasuk salah satu provinsi Makmur di Indonesia, selain itu Riau juga mempunyai letak yang strategis ditinjau dari sudut geografis, karena Riau berbatasan langsung dengan dua negara maju yaitu Malaysia dan Singapura. Sehingga memungkinkan orang-orang untuk melakukan perjalanan baik dalam negeri maupun luar negeri, baik untuk sekedar berlibur, untuk tujuan bisnis ataupun untuk tujuan Pendidikan. Provinsi Riau memiliki potensi wisata cukup besar. Apalagi Riau yang ber-ibukotakan Pekanbaru ini adalah salah satu Ikon suku melayu di Indonesia. Banyak potensi lainnya yang dimiliki provinsi Riau, terutama objek wisatanya baik objek wisata alami, wisata sejarah maupun wisata buatanya.

Kabupaten Kampar adalah salah satu kabupaten di provinsi Riau, Kabupaten Kampar yang beribukota di Bangkinang ini juga dikenal dengan julukan Serambi Mekkah di provinsi Riau. Kabupaten ini memiliki luas 10.928,20km<sup>2</sup> atau 12,26%

dari luas provinsi Riau dan berpenduduk 753.376 jiwa(BPS 2014). Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten di provinsi Riau yang letaknya diapit oleh kota Pekanbaru sebagai ibukota provinsi.

Kabupaten Kampar memiliki berbagai objek wisata, diantaranya Bukit Naang Adventure Park, Kebun Binatang Kasang Kulim, PLTA koto Panjang, Islamic Center, Taman Rekreasi Stanum, Muara Takus, Labersa Waterpark, Rumah Lontiok, Mesjid Jami', Desa Buluh Cina, Museum Kandil Kemilau Emas, Makam Syeh Burhanuddin, Air terjun alahan dan Boombara Waterpark.

Di Boombara Waterpark ini terdapat banyak fasilitas yang tentunya bisa memberikan kenyamanan untuk kegiatan wisata seperti, Kids Pool(kolam bermain anak-anak), Octopus, Seluncur, Kolam Ombak, Olympic, Kolam Standar, Family Slide, kolam Arus serta wahana Slider dan Octopus Slider. Fasilitas lainnya yang disediakan oleh Boombara Waterpark ini adalah penyewaan ban(single dan double), penyewaan papan seluncur, foodcourt, kamar bilas dan penyewaan gazebo(bangunan yang menyerupai rumah tanpa jendela yang berukuran besar dan kecil) yang terletak di tengah wahana, di bagian sudut belakang, atau di dekat kolam renang atau sebelah kanan wahana dan di samping food court.

Wahana favorit di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar yang paling banyak diminati dan paling menguji adrenalin Namanya Boomerang. Bila anda menaiki wahana ini anda akan merasakan sensasi yang menegangkan karena anda akan dilambungkan dari seluncuran dengan ketinggian tertentu. Ombak air menjadi wahana unggulan lainnya yang paling diminati pengunjung. Pengelola akan menyalakan mesin ombak air pada saat-saat tertentu. Kolam ombak ini dimainkan sehari

3 kali. Setelah mesin menyala, maka pengunjung akan merasakan ombak seperti dipantai selama 15 menit. Wahana unggulan lain di Boombara Waterpark yakni futsal air. Saat bermain futsal di wahana ini semburan air akan muncul dari lantai, selain licin, para pemain futsal harus lebih berkonsentrasi agar tidak jatuh yang menambah keseruan bermain futsal.

Tabel 1.1

**Data Pengunjung Boombara Waterpark  
Periode 2016-2018**

| No | Tahun | Domestik |
|----|-------|----------|
| 1  | 2016  | 217,154  |
| 2  | 2017  | 186,747  |
| 3  | 2018  | 124,465  |
| 4  | 2019  | 97,719   |
| 5  | 2020  | 36,734   |

*Sumber : Pengelola Boombara Waterpark*

Dari Tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa kunjungan pengunjung domestik mengalami penurunan. Dari tahun ke tahun kunjungannya mengalami peningkatan penurunan. Pada tahun 2016 kunjungan wisatawan domestik ke Wisata boombara watrepark sebanyak 217,154 orang, lalu ditahun 2017 mengalami penurunan menjadi 186,747 orang, kemudian di tahun 2018 kunjungan wisatawan domestik ke Wisata boombara waterpark mengalami penurunan drastis menjadi 124,465 orang. Kemudian di tahun 2019 kunjungan wisatawan domestic ke Wisata Boombara Waterpark tetap menurun menjadi 97,719. Dan pada tahun 2020 dikarenakan Covid-19 atau yang lebih sering kita kenal sebagai corona virus sangat memberikan dampak yang besar terhadap tempat wisata manapun itu termasuk juga

Boombara Waterpark pada tahun ini mengalami krisis pengunjung dengan tingkat kunjungan wisatawan domestik sebanyak 36,734.

### **RUMUSAN MASALAH**

Dari uraian diatas maka diketahui bahwa rumusan masalah yang di hadapi Boombara Waterpark Kabupaten Kampar adalah bagaimanakah tanggapan pengunjung pada daya tarik wisata yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar.

### **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan pengunjung pada daya tarik wisata Boombara Waterpark kabupaten Kampar dan mengetahui tindakan pengelola Boombara Waterpark kabupaten Kampar terhadap tanggapan Pengunjung mengenai daya tarik wisata.

### **MANFAAT PENELITIAN**

Dengan adanya penelitian ini penulis berkenan agar bermanfaat untuk:

#### 1. Untuk Mahasiswa

Didalam penyusunan ini, peneliti bermaksud untuk menambah pengetahuan dan penerapan serta pengembangan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama perkuliahan.

#### 2. Untuk Akademisi

Bagi akademisi hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selajutnya yang ingin melakukan penelitian pada objek yang sama dan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut demi pengembangan ilmu pengetahuan maupun tujuan praktis.

#### 3. Untuk Objek Wisata

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan informasi bagi pihak yang pengelolah objek wisata.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pariwisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, memberikan pengertian bahwa pariwisata adalah berbagai

macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Secara umum pengertian pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Nyoman S. Pendit (2006) Pariwisata sebagai istilah bahasa Inggris “*tourism*” dipakai oleh negara-negara eropa barat dan travel oleh Amerika Utara, yang mengandung makna “kepergian orang-orang, dalam jangka waktu pendek, sementara, ketempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut untuk berbagi motivasi asal usaha mereka dengan tujuan tidak untuk mencari nafkah.

Menurut Mc.Intosh (1995:10) dalam buku Muljadi dan Andri Warman (2014) Menyatakan bahwa Pariwisata adalah “*a composite of activities, service and industries that delivers a travel experience : transportation, accommodation, eating and drinking establishment, shops, entertainment, activity, and other hospitality service available for individuals or grup that are away from home*”. Unsur pembentuk pengalaman wisatawan yang utama berupa daya tarik wisata dari suatu tempat atau lokasi yang dikunjungi.

Menurut WTO (1999) Dalam Ismayanti (2010) pengunjung adalah siapapun yang melakukan perjalanan ke daerah lain di luar dari lingkungan

kesehariannya dalam jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan berturut-turut dan tujuan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di daerah tersebut. Sedangkan wisatawan merupakan pengunjung yang menginap atau pengunjung yang tinggal di daerah tujuan setidaknya satu malam di akomodasi umum ataupun pribadi.

Gambaran ingatan dari sesuatu pengamatan disebut juga tanggapan. Secara tepat “tanggapan” belum dapat di defenisikan. Uraian penjelasan atau defenisi tentang tanggapan baru dapat di laksanakan secara garis besarnya. Menurut Agus Sujanto (2009) tanggapan adalah gambaran pengamatan yang tinggal dikesadaran kita sesudah kita melakukan pengamatan terhadap sesuatu benda atau obyek tertentu. Tanggapan dapat terbagi menjadi 3 Golongan besar, yaitu berdasarkan atau menurut alat indra yang berperan atau mengamati, meliputi tanggapan auditif, visual, perasa, dan sebagainya. Menurut terjadinya, ada tanggapan ingatan, fantasi, fikiran, dan sebagainya. Sedangkan menurut lingkungannya ada tanggapan benda, kata-kata dan sebagainya.

Menurut Soemanto (1990) mendefenisikan tanggapan adalah bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut menjadi kesadaran yang dapat dikembangkan dalam hubungannya dengan konteks pengalaman waktu sekarang serta antisipasi kesadaran untuk masa yang akan datang dan menurut kartono tanggapan adalah kesan-kesan yang dialami jika perangsang sudah tidak ada, dalam arti poses pengamatan sudah berhenti dan tinggal kesan-kesan saja.

Suwantoro (2000) menegaskan bahwa atraksi dibagi ke dalam dua golongan, yaitu atraksi alam dan atraksi buatan manusia. Atraksi alam adalah daya Tarik wisata yang melekat pada keindahan dan keunikan alam dari pencipta yang mana terdiri dari keindahan alam (*natural amenities*), iklim,

pemandangan, fauna dan flora yang aneh (*uncommon vegetation & animals*), hutan (*the sylvan elements*), dan sumber kesehatan (*health centre*) seperti sumber air panas belerang dan mandi lumpur. Sedangkan atraksi buatan manusia adalah segala sesuatu yang menjadi daya Tarik wisata yang sengaja diciptakan atau dibuat oleh manusia, misalnya monument, candi, *art gallery*, kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan tradisional dan lain-lain.

Menurut Suryadana (2015) selain daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat:

- a. Keunikan, contoh bakar batu (di papua) sebuah acara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu di bakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.
- b. Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari, dalam berpakaian dan kehidupan keluarga dimana seorang perempuan lebih mengutamakan menggendong anak sendiri.
- c. Kelangkaan, sulit ditemui didaerah/ negara lain.
- d. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan.

Menurut Yoeti (2006) atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan (*shows*) yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan. Jadi atraksi wisata di bedakan dengan objek wisata (*tourist object*), karena objek wisata dapat dilihat atau disaksikan tanpa membayar. Contohnya: festival, tarian, pameran dll. Selain itu, dalam atraksi wisata untuk menyaksikannya harus dipersiapkan lebih dahulu, sedangkan objek wisata dapat dilihat tanpa dipersiapkan terlebih dahulu, seperti danau,

pemandangan, pantai, gunung, candi, monument dan lain-lain.

## METODOLOGI PENELITIAN

### LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Boombara *Waterpark* yang beralamat di Jl. Raya Pasir Putih KM.5, Perum Griya Pasir Putih Kec. Siak hulu Kab. Kampar.

### WAKTU PENELITIAN

Sedangkan waktu penelitian penulis membutuhkan waktu dari bulan Juni 2020 sampai dengan September 2020.

### POPULASI & SAMPEL

Populasi menurut Sumarni dan Wahyuni (2006) merupakan keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*). Dalam penelitian ini, populasinya adalah keseluruhan, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung/wisatawan yang datang ke Boombara *Waterpark* pada tahun 2018 sebanyak 124,465 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikanto, 2006:131). Dan menurut Nawawi (2001), sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Untuk menetapkan siapa sampel dalam penelitian ini, digunakan teknik sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data dan dapat dijadikan sebagai sampel.

Oleh karena itu peneliti menetapkan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono,2006) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 10% atau 0,1

$$n = \frac{124,465}{1+124,465 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{124,465}{1+124,465 (0,01)}$$

$$n = \frac{124,465}{1.245,65}$$

n = 99,91

Jadi dapat dibulatkan menjadi 100 responden.

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir dan diinginkan, misalnya 10% atau 0,1

### TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang penting dalam suatu penelitian, bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, Untuk mendapatkan data yang akurat, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut untuk mengumpulkan data (Arikunto, 2006)

#### a. Angket (*quisioner*)

Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, mengenai tanggapan responden pada objek wisata.

#### b. Dokumentasi

Dalam hal ini, peneliti merekam pembicaraan menggunakan HP, yang berguna untuk memperkuat menyimpan data dengan melakukan perekaman terhadap narasumber secara langsung untuk memperkuat hasil dari penelitian yang dilakukan di waterpark boombara pasir putih. Setelah data terkumpul, data dikelompokkan lagi sesuai dengan permasalahan yang ingin dijawab.

#### c. Observasi

Teknik observasi yaitu melakukan pengamatan langsung di

lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi sehubungan dengan daya tarik wisata Boombara waterpark.

### SKALA PENGUKURAN

Menurut Sugiyono (2011:22) analisis deskriptif merupakan analisis yang mengemukakan tentang data diri responden, yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuisisioner. Kemudian, data yang diperoleh dari jawaban dari responden dihitung persentasinya.

Analisis deskriptif dalam penelitian pada dasarnya mengemukakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel populasi. Sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden

Dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran variabelnya. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2012:133).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. KEUNIKAN

| Sub Variabel | Indikator          | S S       | S          | K S       | T S       | ST S     | Respon Terbanyak |
|--------------|--------------------|-----------|------------|-----------|-----------|----------|------------------|
| Keunikan     | Keunikan Tempat    | 14        | 45         | 34        | 4         | 3        | 45               |
|              | Keunikan Pelayanan | 12        | 49         | 31        | 6         | 2        | 49               |
|              | Keunikan Fasilitas | 40        | 46         | 13        | -         | 1        | 46               |
|              | Keunikan Atraksi   | 26        | 53         | 20        | -         | 1        | 53               |
|              | <b>Jumlah</b>      | <b>92</b> | <b>193</b> | <b>98</b> | <b>10</b> | <b>7</b> | <b>193</b>       |

Sumber: Data Olahan Penelitian 2020

Dari sub variabel keunikan yang terdapat 4 indikator didalamnya. Didapatkan hasil kategori sangat setuju sebanyak 14, setuju sebanyak 193, kurang setuju sebanyak 98, tidak setuju sebanyak 10 dan sangat tidak setuju sebanyak 7. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap keunikan-keunikan yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar.

### 2. KEASLIAN

|          |                    |          |           |            |            |           |            |
|----------|--------------------|----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|
| Keaslian | Keaslian Tempat    | -        | 4         | 31         | 43         | 22        | 43         |
|          | Keaslian Air       | -        | -         | 28         | 45         | 27        | 45         |
|          | Keaslian Fasilitas | -        | 2         | 33         | 46         | 19        | 46         |
|          | Keaslian Kuliner   | -        | 5         | 29         | 41         | 25        | 41         |
|          | <b>Jumlah</b>      | <b>-</b> | <b>11</b> | <b>121</b> | <b>175</b> | <b>93</b> | <b>175</b> |

Sumber : Data Olahan Penelitian 2020

Pada sub variabel keaslian dengan 4 indikator, didapatkan hasil yang memilih sangat setuju tidak ada, setuju berjumlah 11, kurang setuju diperoleh 121, tidak setuju di peroleh hasil 175 dan untuk sangat tidak setuju diperoleh hasil 93. Sehingga penulis menarik kesimpulan bahwa tamu merasa tidak puas terhadap keaslian yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar

### 3. KELANGKAAN

|            |                         |           |            |            |           |           |            |
|------------|-------------------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|------------|
| Kelangkaan | Kelangkaan Objek Wisata | 26        | 45         | 22         | 5         | 2         | 45         |
|            | Kelangkaan Fasilitas    | 8         | 37         | 30         | 19        | 6         | 37         |
|            | Kelangkaan Atraksi      | 10        | 37         | 32         | 12        | 9         | 37         |
|            | Kelangkaan Bentuk       | 35        | 46         | 18         | 1         | -         | 46         |
|            | <b>Jumlah</b>           | <b>79</b> | <b>165</b> | <b>102</b> | <b>37</b> | <b>17</b> | <b>165</b> |

Sumber: Data Olahan Penelitian 2020

Kelangkaan, terdiri dari 4 indikator mendapatkan perolehan hasil yaitu kategori sangat setuju 79, kategori setuju 165, kategori kurang setuju 102, kategori tidak setuju 37 dan kategori sangat tidak setuju 17. Sehingga penulis dapat menarik kesimpulan daya tarik dalam hal kelangkaan yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar berada dalam kategori Setuju.

### 4. MANFAAT BAGI WISATAWAN

|                        |                                   |            |            |           |           |          |            |
|------------------------|-----------------------------------|------------|------------|-----------|-----------|----------|------------|
| Manfaat Bagi Wisatawan | Memberikan Manfaat Semangat       | 35         | 46         | 17        | 2         | -        | 46         |
|                        | Memberikan Nilai Yang Baik        | 33         | 43         | 14        | 10        | -        | 43         |
|                        | Memberikan Kesenangan/Kegembiraan | 29         | 46         | 19        | 6         | -        | 46         |
|                        | Kenangan Bagi Pengunjung          | 36         | 48         | 16        | -         | -        | 48         |
|                        | <b>Jumlah</b>                     | <b>133</b> | <b>183</b> | <b>66</b> | <b>18</b> | <b>-</b> | <b>183</b> |

Sumber: Data Olahan Penelitian 2020

Berdasarkan sub variabel manfaat bagi wisatawan yang memiliki 4 indikator mendapatkan perolehan hasil dengan kategori sangat setuju berjumlah 133, kategori setuju berjumlah 183, kategori kurang setuju berjumlah 66, kategori tidak setuju berjumlah 28 dan untuk kategori sangat tidak setuju tidak ada. Jadi kesimpulan berdasarkan di atas adalah tamu

merasa puas dengan manfaat bagi wisatawan dijadikan sebagai daya tarik wisata.

**Rekapitulasi Motivasi Kunjungan  
pada Objek Wisata Danau Meduyan  
Kabupaten Indragiri Hulu**

| Sub-Variabel     | Skala Penilaian |        |        |       |        | Respon Terbanyak | Kategori   |
|------------------|-----------------|--------|--------|-------|--------|------------------|------------|
|                  | ST S (1)        | TS (2) | RR (3) | S (4) | SS (5) |                  |            |
| Keunikan         | 7               | 10     | 98     | 193   | 92     | 193              | Baik       |
| Motivasi Fantasi | 93              | 175    | 121    | 11    | 0      | 175              | Tidak Baik |
| Motivasi Sosial  | 17              | 37     | 102    | 165   | 79     | 165              | Baik       |
| Motivasi Budaya  | 0               | 18     | 66     | 183   | 133    | 183              | Baik       |

*Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan, 2020*

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel 4.24 dapat diketahui bahwa respon pengunjung pada daya tarik wisata yang ada di Boombara Waterpark kabupaten Kampar dari 4 sub variabel yaitu keunikan, keaslian, kelangkaan dan manfaat bagi wisatawan.

1. Dari sub variabel keunikan yang terdapat 4 indikator didalamnya. Didapatkan hasil kategori sangat setuju sebanyak 14, setuju sebanyak 193, kurang setuju sebanyak 98, tidak setuju sebanyak 10 dan sangat tidak setuju sebanyak 7. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap keunikan-keunikan yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar
2. Pada sub variabel keaslian dengan 4 indikator, didapatkan hasil yang memilih sangat setuju tidak ada, setuju berjumlah 11, kurang setuju diperoleh 121, tidak setuju di peroleh hasil 175 dan untuk sangat tidak setuju diperoleh hasil 93. Sehingga penulis menarik kesimpulan bahwa tamu merasa tidak puas terhadap keaslian yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar

3. Kelangkaan, terdiri dari 4 indikator mendapatkan perolehan hasil yaitu kategori sangat setuju 79, kategori setuju 165, kategori kurang setuju 102, kategori tidak setuju 37 dan kategori sangat tidak setuju 17. Sehingga penulis dapat menarik kesimpulan daya tarik dalam hal kelangkaan yang ada di Boombara Waterpark Kabupaten Kampar berada dalam kategori Setuju.

Berdasarkan sub variabel manfaat bagi wisatawan yang memiliki 4 indikator mendapatkan perolehan hasil dengan kategori sangat setuju berjumlah 133, kategori setuju berjumlah 183, kategori kurang setuju berjumlah 66, kategori tidak setuju berjumlah 28 dan untuk kategori sangat tidak setuju tidak ada. Jadi kesimpulan berdasarkan di atas adalah tamu merasa puas dengan manfaat bagi wisatawan dijadikan sebagai daya tarik wisata.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, berdasarkan hasil analisa rekapitulasi tanggapan responden yang didapatkan dengan cara penyebaran kuisioner, secara keseluruhan tanggapan responden terhadap daya tarik wisata Bombara Water Park Pasir Putih Kabupaten Kampar menyatakan Baik. Hal ini dibuktikan dengan perolehan data dari tanggapan responden pada setiap Sub-variabel pada penelitian ini. Pada sub-variabel Keunikan, sebagian besar tanggapan responden menjawab setuju terhadap setiap indikator pada sub-variabel ini, yang artinya responden setuju bahwa Tempat, Pelayanan, Fasilitas, dan atraksi pada Bombara Waterpark ini memiliki keunikan dan termasuk pada kategori Baik. Pada sub-variabel Keaslian, sebagian besar tanggapan responden menjawab tidak setuju,

yang artinya responden menganggap bahwa pada sub-variabel keaslian ini, Bombara Waterpark belum memenuhi tiap indikator yaitu kelangkaan tempat, keaslian air, keaslian fasilitas dan keaslian kuliner. Untuk itu, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil yang menyatakan bahwa Bombara Waterpark termasuk pada kategori tidak baik dalam Sub-variabel keaslian. Pada sub-variabel Kelangkaan, hasil tanggapan responden yang telah diperoleh mengatakan bahwa Bombara Waterpark termasuk pada kategori Baik dalam hal Kelangkaan karena sebagian besar menjawab setuju terhadap pernyataan yang diberikan, dengan indikator berupa Kelangkaan Objek wisata, Kelangkaan Fasilitas, Kelangkaan Atraksi dan Kelangkaan Bentuk. Pada sub-Variabel Manfaat Bagi Wisatawan, hasil tanggapan responden mengatakan bahwa pada sub-variabel ini, Bombara Waterpark telah masuk pada kategori Baik. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh dimana sebagian besar responden memberi skor 4 atau setuju terhadap setiap pernyataan yang diberikan dengan indikator Memberikan manfaat semangat, Memberikan Nilai yang Baik, Memberikan Kesenangan dan Kenangan Bagi Pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Fandeli, C. 2002. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada.

Pendit, S, Nyoman 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya Paramita

Ismayanti 2010. *Pengantar Pariwisata*. Grasindo: Jakarta

I Gde Pitana dan I Ketut Surya D. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning-An Integrated Sustainable Approach*, New York : Van Nostrand Reinhold

IUOTO (International Union of Official Travel Organization). 1996. *Study On The Economic Impact of Tourism On National Economies and International Trade*. Geneva

Kusumaningrum, B.D, 2008, Analisis Vegetasi Epifit di Area Wana Wisata Gonoharjo. Semarang

Marpaung, (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung : Alfabeta

Muljadi dan 2009. *Kepariwisataan dan Perjalanan* Jakarta : RajaGrafindo Persada

Spilane, James. 1994. *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius. Yogyakarta

Subhani, Armin. 2010. *Potensi Objek Wisata di Kabupaten Siragen*. Surakarta : Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sujanto, Agus. 2009. *Psikologi Umum*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

2004, *Psikologi Kepribadian*, Jakarta : PT. Bumi Aksara

Sumadi Suryabrata. 2008 *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pengembangan Destinasi*

- Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Soekadijo, R. G. 2003. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soewantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.
- Suryadana, Liga. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata* Jakarta : Rajawali Pers.
- Lupioyadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisataan. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990. Tentang Pariwisata, Jakarta.
- Wasty, Soemanto, 1990. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- World Tourism Organization (WTO), 1999, *International Tourism A Global Perspective*, Madrid, Spain.
- Yoeti, Oka A. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Praditya Paramitha.
1991. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung : ANGKASA