

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kegunaan Penelitian	20
1.4.1 Kegunaan Akademik	20
1.4.2 Kegunaan Praktis	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	22
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Kualitas Produk Wisata	22
2.1.1.1 Kualitas Produk Wisata Bagian dari Pemasaran	22
2.1.1.2 Konsep Produk Wisata	27
2.1.1.3 Karakteristik Produk Wisata	29
2.1.1.4 Konsep Atribut Produk Wisata	30
2.1.1.5 Konsep Kualitas Produk Wisata	31
2.1.2 Kepuasan Pengunjung	34
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Pengunjung	34
2.1.2.2 Ekspektasi dan Persepsi Pengunjung	38
2.1.2.3 Model Kepuasan Pengunjung	39

2.1.2.4	Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Pengunjung	42
2.1.2.5	Strategi Peningkatan Kepuasan Pengunjung	43
2.1.2.6	Pengukuran Kepuasan Pengunjung	46
2.1.3	Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	50
2.1.4	Orisinalitas Penelitian.....	52
2.2	Kerangka Pemikiran	54
2.3	Hipotesis	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		63
3.1	Objek Penelitian.....	63
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	64
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	66
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	71
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	72
3.2.4.1	Populasi.....	72
3.2.4.2	Sampel.....	74
3.2.4.3	Teknik Sampling	75
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	78
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	78
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	82
3.2.7	Rancangan Analisis Data	85
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	86
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif	87
3.2.7.2.1	Uji Asumsi Regresi	90
3.2.8	Pengujian Hipotesis	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		94
4.1	Profil Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	94

4.1.1	Profil Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	94
4.1.1.1	Identitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu ..	94
4.1.1.2	Sejarah Singkat Taman Wisata Alam Cimanggu	97
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	100
4.1.2	Profil Karakteristik Pengunjung di Taman Wisata Alam Cimanggu.....	101
4.1.2.1	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Jenis Kelamin	102
4.1.2.2	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Usia.....	104
4.1.2.3	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pekerjaan	106
4.1.2.4	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendapatan Perbulan .	107
4.1.2.5	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Status Marital.....	109
4.1.2.6	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	110
4.1.2.7	Karakteristik Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Asal Tempat Tinggal .	111
4.1.2.8	Pengalaman Pengunjung Melakukan Kunjungan dalam Satu Tahun ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	113
4.1.2.9	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi	115
4.1.2.10	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Teman Berkunjung.....	116
4.1.2.11	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Motivasi Berkunjung.....	118
4.1.2.12	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Waktu Berkunjung.....	120
4.1.2.13	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Tinggal	121
4.1.2.14	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Pengeluaran Selama di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	123
4.1.2.15	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan Menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	124

4.1.2.16	Penilaian Pengunjung Terhadap Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	126
4.2	Gambaran Kualitas Produk Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	128
4.2.1	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu DTW di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	129
4.2.2	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Atraksi Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	131
4.2.3	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Sarana Pendukung Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	134
4.2.4	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Aksesibilitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	136
4.2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Kualitas Produk Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	139
4.3	Gambaran Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	142
4.3.1	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu DTW di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	143
4.3.2	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Atraksi Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	145
4.3.3	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Sarana Pendukung Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	148
4.3.4	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Aksesibilitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	150
4.3.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	152
4.4	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	153
4.4.1	Pengujian Asumsi Regresi	153
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	153
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	156
4.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	157
4.4.2.1	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	157
4.4.3	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	159

4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	160
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	162
4.5.1	Implikasi Hasil Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	162
4.5.2	Implikasi Hasil Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	163
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		166
5.1	Kesimpulan	166
5.2	Rekomendasi	167
DAFTAR PUSTAKA		170
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006-2010.....	4
1.2	Klasifikasi Obyek Wisata yang Dikelola Perum Perhutani Sesuai dengan Status Hutan dan Fungsinya	6
1.3	Daftar Daya Tarik Wisata Alam	7
1.4	Kondisi Sarana dan Prasarana di Taman Wisata Alam Cimanggu.....	10
1.5	Data Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Alam Air Panas di Kabupaten Bandung Tahun 2007-2011	13
1.6	Inventarisasi Fasilitas Atraksi di Taman Wisata Alam Cimanggu.....	15
1.7	Hasil Pra-Penelitian Kepuasan Pengunjung di TWA Cimanggu.....	17
2.1	Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli	22
2.2	Definisi Produk Menurut Beberapa Ahli	27
2.3	Pengertian Produk Wisata Menurut Para Ahli	28
2.4	Perbedaan Sifat dan Ciri Produk Barang dan Produk Wisata	29
2.5	Harapan, Kinerja, dan Kepuasan	40
2.6	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	49
2.7	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Kualitas Produk Wisata dan Kepuasan Pengunjung	53
3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk Wisata dan Kepuasan Pengunjung.....	67
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	72
3.3	Jumlah Pengunjung Kawasan TWA Cimanggu Tahun 2011	73
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel (X) Kualitas Produk Wisata dan Variabel (Y) Kepuasan Pengunjung	81
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel (X) Kualitas Produk Wisata dan Variabel (Y) Kepuasan Pengunjung	84
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	87
4.1	Produk dan Jasa yang Ditawarkan di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	100

4.2	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Jenis Kelamin	103
4.3	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Usia	104
4.4	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pekerjaan	106
4.5	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendapatan Perbulan	107
4.6	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Status Marital	109
4.7	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendidikan Akhir	110
4.8	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Asal Tempat Tinggal	112
4.9	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Frekuensi Berkunjung dalam Satu Tahun ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	113
4.10	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	115
4.11	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Teman Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	117
4.12	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Motivasi Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	118
4.13	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Waktu Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	120
4.14	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Tinggal di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	122
4.15	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Pengeluaran Selama di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	123
4.16	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan Menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	125
4.17	Data Penilaian Pengunjung Terhadap Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	126
4.18	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu DTW di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	129

4.19	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Atraksi Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	132
4.20	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Sarana Pendukung Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	134
4.21	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mutu Aksesibilitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	137
4.22	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Kualitas Produk Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	139
4.23	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	143
4.24	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu DTW di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	143
4.25	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Atraksi Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	146
4.26	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Sarana Pendukung Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	148
4.27	Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Aksesibilitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	150
4.28	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	152
4.29	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	156
4.30	Hasil Uji Multikolinearitas	157
4.31	Matriks Korelasi antara Kualitas Produk Wisata dan Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	158
4.32	<i>Output</i> Analisis Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	159
4.33	Uji Simultan (Uji F)	160
4.34	<i>Output</i> Koefisien Regresi	161

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Pengaruh Ekspektasi Pra-Pembelian dan Persepsi Kinerja Purnabeli	39
2.2	Pembentukan Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan	40
2.3	Model Anteseden dan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	42
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	59
2.5	Paradigma Penelitian Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	60
3.1	Struktur Kausal antara X dan Y	92
4.1	Struktur Karyawan TWA Cimanggu	99
4.2	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Jenis Kelamin	104
4.3	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Usia	105
4.4	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pekerjaan	107
4.5	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendapatan Perbulan	108
4.6	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Status Marital	110
4.7	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Pendidikan Akhir	111
4.8	Karakteristik Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu Berdasarkan Asal Tempat Tinggal.....	113
4.9	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Frekuensi Berkunjung dalam Satu Tahun ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	115
4.10	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	116

4.11	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Teman Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	118
4.12	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Motivasi Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	120
4.13	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Waktu Berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	121
4.14	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Tinggal di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	123
4.15	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Pengeluaran Selama di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	124
4.16	Data Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan Menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu	126
4.17	Data Penilaian Pengunjung Terhadap Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	128
4.18	Garis Kontinum Kualitas Produk Wisata di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	141
4.19	<i>Index</i> Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu DTW	144
4.20	<i>Index</i> Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Atraksi Wisata	147
4.21	<i>Index</i> Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Sarana Pendukung Wisata	149
4.22	<i>Index</i> Kepuasan Pengunjung atas Indikator Mutu Aksesibilitas.....	151
4.23	<i>Histogram Dependent Variable</i> Kepuasan Pengunjung	154
4.24	<i>Normal Probability Plot</i>	155