

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	19
2.1.1 Atribut Produk Pariwisata	19
2.1.1.1 Pengertian Produk.....	19
2.1.1.2 Pengertian Atribut Produk Pariwisata.....	22
2.1.1.3 Pentingnya Atribut Produk Pariwisata.....	29
2.1.2 Kepuasan Berkunjung.....	30
2.1.2.1 Definisi Kepuasan wisatawan.....	30

2.1.2.2 Tipe Kepuasan wisatawan	32
2.1.2.3 Ekspetasi dan Persepsi wisatawan.....	33
2.1.2.4 Pengukuran Kepuasan Wisatwan	36
2.1.2.5 Strategi Kepuasan Wisatawan	42
2.1.2.6 Pengaruh Atribut Wisata Belanja Terhadap Kepuasan Wisatawan	43
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu yang berkaitan dengan variable penelitian	45
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	57
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.2.1 Jenis dan Metoe Yang Digunakan	57
3.2.2 Ovrasionalisasi Variabel	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	66
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	67
3.2.4.1 Populasi.....	67
3.2.4.2 Sampel.....	68
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	72
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	74
3.2.5.1Teknik Pengumpulan Data.....	74

3.2.5.2 Teknik Analisis Data.....	76
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	78
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	78
3.2.6.1 Pengujian Reliabilitas.....	81
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan pengujian Hipotesis	83
3.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	83
3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	90
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah <i>Distro</i> dan <i>clothing</i> dan Wisatawan Asal Jakarta yang Melakukan Aktivitas Wisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	94
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan <i>Distro</i> , <i>Clothing</i> di Kota Bandung .	94
4.1.2 Profil Wisatawan Asal Jakarta yang Melakukan Aktivitas Wisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung yang Berwisata Belanja.....	100
4.2 Pelaksanaan Atribut Produk Pariwisata Pada <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> di Kota Bandung.....	113
4.2.1 <i>Destination Attraction</i>	113
4.2.2 <i>Destination Facilities and Service of Destination</i>	115
4.2.3 <i>Accesibilities of Destination</i>	119
4.2.4 <i>Image of Destination</i>	121
4.2.5 <i>Price to The Customer</i>	123

4.2.6 Rekapitulasi Total Skor Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i>	124
4.3 Kepuasan Wisatawan Kota Bandung.....	126
4.3.1 Kepuasan Wisatawan Atas <i>Attraction Of Destination</i>	126
4.3.2 Kepuasan Wisatawan Atas <i>Destination Facilities and Service of Destination</i>	128
4.3.3 Kepuasan Wisatawan Atas <i>Accesibilities of Destination</i>	131
4.3.4 Kepuasan Wisatawan Atas <i>Image of Destination</i>	133
4.3.5 Kepuasan Wisatawan Atas <i>Price to The Customer</i>	135
4.3.6 Rekapitulasi Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	137
4.4 Pengaruh Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung.....	139
4.5 Kontribusi <i>Destination Attraction</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung.....	143
4.6 Kontribusi <i>Destination Facilities and Service of Destination</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung.....	144
4.7 Kontribusi <i>Accesibilities of Destination</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung.....	146
4.8 Kontribusi <i>Image of Destination</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	147
4.9 Kontribusi <i>Price to The Customer</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	148
4.10 Implikasi Hasil Pembahasan	150

4.10.1 Implikasi Hasil Temuan yang Bersifat Empirik 150

4.10.2 Implikasi Hasil Temuan yang Bersifat Teoritik 151

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan 153

5.1 Rekomendasi 157

DAFTAR PUSTAKA xvii

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Tertinggi Untuk Lima Negara Di Asean.....	3
1.2	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara keIndonesia tahun 2001-2008.....	4
1.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Priode 2001-2008.	6
1.4	Asal Wisatawan Yang Menguunungi Kota Bandung Tahun 2008.....	7
1.5	Pasar Wisatawan Kota Bandung Tahun 2008.....	9
1.6	Atribut Produk Wisata Belanja Kota Bandung	14
2.1	Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidak Puasan Wisatawan.....	32
2.2	Perbedaan Strategi Pangsa Pasar dan Strategi Kepuasan Pelanggan.	42
2.3	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Atribut produk dan kepuasan	45
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2	Jenis dan Cara Penentuan Data	67
3.3	Penarikan Sampel di wilayah Dago, Riau dan 18 park, sultan Agung	74
3.4	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data dikaitkan dengan tujuan Penelitian.....	76
3.5	Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Diferensial Sematik.....	77
3.6	Hasil Pengujian Validitas	79
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas	82

4.1	Lokasi <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> di Kota Bandung	95
4.2	Karakteristik Wisatawan Kota Bandung yang Berwisata Belanja dilihat dari Jenis kelamin dan Usia	98
4.3	Karakteristik Wisatawan Kota Bandung yang Berwisata Belanja dilihat dari Pendidikan dan Pekerjaan	99
4.4	Karakteristik Wisatawan Kota Bandung yang Berwisata Belanja dilihat dari Uang Saku perbulan dan Pekerjaan	101
4.5	Karakteristik Wisatawan Kota Bandung yang Berwisata Belanja dilihat dari Uang Saku perbulan dan Frekuensi Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung.....	103
4.6	Alasan Wisatawan Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	104
4.7	<i>Top Of Mind</i> Tempat Fovorit Berwisata Belanja di Kota Bandung...	106
4.8	<i>Top Of Mind Distro</i> dan <i>Clothing</i> di Kota Bandung.....	108
4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Attraction</i>	110
4.10	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Facilities and Service</i>	113
4.11	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Accesibillities Of Destination</i>	116
4.12	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Image Of Destination</i>	118
4.13	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Price To The Customer</i>	120
4.14	Rekaputilasi Tanggapan Wisatawan Asal Jakarta Terhadap Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> di Kota Bandung	122
4.15	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Destination Attraction</i>	123

4.16	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Destination Facilities and Service</i>	125
4.17	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Accesibillities Of Destination</i>	128
4.18	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Image Of Destination</i>	130
4.19	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Price To The Customer</i>	132
4.20	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Jakarta Atas Kepuasan Berwisata di Kota Bandung	135
4.21	Matriks Korelasi Antara Variabel Atribut Produk <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Dengan Kepuasan Berwisata di Kota Bandung	137
4.22	Pengujian Secara Simultan.....	138
4.23	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	139
4.24	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Destination</i> <i>Attraction</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	140
4.25	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Destination</i> <i>Facilities and Service</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	142
4.26	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Accesibillities Of</i> <i>Destination</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	143
4.27	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Image Of Destination</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	144
4.28	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Price To The Customer</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Kota Bandung	145
4.29	Hasil Pengujian Pengaruh Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Terhadap Kepuasan Berwisata	146

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	HAI
1.1	Jenis Industri kreatif	2
1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Objek Wisata di Jawa Barat 2003-2007	5
1.3	Diagram Kepuasan Wisatwan Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	14
2.1	<i>Overview of Attractions</i>	24
2.2	Pentingnya Atribut.....	29
2.3	Pengaruh Ekspektasi Pra-Penelitian dan Persepsi Kinerja Purna beli	36
2.4	Kerangka Pemikiran Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Sebagai Salah Satu Entitas Bisnis Industri Kreatif Dalam Mencptakan Kepuasan Mengunjungi Kota Bandung.....	52
2.5	Paradigma Penelitian Atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> terhadap Kepuasan mengunjungi Kota Bandung	53
3.1	Lokasi Penyebaran <i>Distro</i> dan <i>Cloting</i> Di Kota Bandung.....	73
3.2	Struktur Kausal X dan Y.....	82
3.3	Diagram Jalur Sub Hipotesis	82
3.4	Struktur Kausal X dan Y.....	88
3.5	Diagram Jalur Sub Hipotesis	89
4.1	Karakteristik Wisatawan yang Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung Dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia.....	99

4.2	Karakteristik Wisatawan yang Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung Berdasarkan Pendidikan dan pekerjaan...	100
4.3	Karakteristik Wisatawan yang Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung Dilihat dari Pekerjaan dan Uang Saku.....	102
4.4	Karakteristik Wisatawan yang Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung Dilihat dari Uang Saku dan Frekuensi Berwisata Belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Selama 6 Bulan Terakhir.....	104
4.5	<i>Top Of Mind</i> Tempat Favorit Paling menarik Menurut Wisatawan Yang Pertama Kali Muncul di Benak Wisatawan	107
4.6	<i>Top Of Mind Distro</i> dan <i>Clothing</i> Paling menarik Menurut di Kota Bandung	109
4.7	Tanggapan Wisatawan Jakarta Terhadap atribut <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	123
4.8	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Attractio Of Destination</i>	125
4.9	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Facilities Of Destination</i>	128
4.10	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Accesibilities Of Destination</i>	130
4.11	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Image Of Destination</i>	132
4.12	Kepuasan Wisatawan Atas <i>Price To The Customer</i>	134
4.13	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis	140