

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
MOTTO	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Promosi	17
2.1.1.1 Promosi bagian dari Pemasaran	17
2.1.1.2 Pengertian Promosi	18
2.1.1.3 Fungsi Promosi	20
2.1.1.4 Jenis Promosi	21
2.1.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	26
2.1.1.6 Bauran Promosi.....	30
2.1.1.7 Pengertian Media	34

LANJUTAN DAFTAR ISI

	Halaman
2.1.1.8 Peranan Media Bauran Promosi.....	36
2.1.1.9 Bentuk-bentuk Kegiatan Media Bauran Media Promosi ..	43
2.1.1.10 Faktor-faktor Penyebab dibutuhkannya Strategi Media Bauran Promosi	48
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian/Berkunjung Wisatawan	49
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen/Wisatawan	49
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen/ Wisatawan	50
2.1.2.3 Proses Keputusan Pembelian/Berkunjung	55
2.1.3 Program Media Bauran Promosi dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian/Berkunjung	60
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu & Orisinalitas Penelitian .	61
2.2 Kerangka Pemikiran.....	63
2.3 Hipotesis.....	70
 BAB III OBJEK dan METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	74
3.2 Metode Penelitian.....	74
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	74
3.3 Operasionalisasi Variabel	77
3.4 Jenis dan Sumber Data	80
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	81
3.5.1 Populasi	81
3.5.2 Sampel.....	82
3.5.3 Teknik Sampling	84
3.6 Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Validitas serta Reliabilitas.....	85
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.6.2 Pengujian Validitas	86
3.6.3 Pengujian Reliabilitas.....	89

LANJUTAN DAFTAR ISI

	Halaman
3.7 Rancangan Analisi Data.....	91
3.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif.....	91
3.7.1.1 Rancangan Deskriptif Media Bauran Promosi.....	91
3.7.1.2 Rancangan Deskriptif Proses Keputusan Berkunjung	91
3.7.2 Pengujian Verifikatif.....	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Nusantara Sungailiat	103
4.1.1 Profil Perusahaan	103
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	103
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	103
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan	105
4.2 Data Wisnus	105
4.2.1 Jenis Kelamin.....	105
4.2.2 Usia	106
4.2.3 Pekerjaan	107
4.2.4 Penghasilan	108
4.2.5 Pendidikan Terakhir.....	109
4.2.6 Status Pernikahan.....	110
4.2.7 Asal Tempat Tinggal.....	111
4.2.8 Daerah Tujuan Wisata Utama ke Bangka.....	113
4.2.9 Tujuan Berkunjung ke Sungailiat.....	114
4.2.10 Waktu berkunjung ke Sungailiat.....	115
4.2.11 Peringkat pada tempat yang sering dikunjungi jika datang ke Sungailiat.....	116
4.2.12 Sumber informasi yang pernah dilihat mengenai pariwisata di Sungailiat	117
4.2.13 Media bauran promosi yang dilakukan DISBUDPAR BANGKA yang paling diketahui	117

LANJUTAN DAFTAR ISI

	Halaman
4.3 Tanggapan Wisnus Terhadap Media Bauran Promosi.....	118
4.3.1 Tanggapan Wisnus Terhadap Brosur	118
4.3.2 Tanggapan Wisnus Terhadap <i>Website</i>	119
4.3.3 Tanggapan Wisnus Terhadap Buku Panduan Wisata	120
4.3.4 Tanggapan Wisnus Terhadap Majalah.....	121
4.3.5 Tanggapan Wisnus Terhadap Televisi	123
4.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Wisnus Terhadap Media Bauran Promosi	124
4.4 Tanggapan Wisnus Terhadap Proses Keputusan Berkunjung	125
4.4.1 Tanggapan Wisnus tentang Pengenalan Masalah	125
4.4.2 Tanggapan Wisnus tentang Pencarian Informasi.....	126
4.4.3 Tanggapan Wisnus tentang Evaluasi Alternatif.....	126
4.4.4 Tanggapan Wisnus tentang Keputusan Berkunjung	127
4.4.5 Tanggapan Wisnus tentang Perilaku Pasca Kunjungan.....	128
4.4.6 Rekapitulasi Tanggapan Wisnus Tentang Proses Keputusan Berkunjung.....	129
4.5 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	131
4.5.1 Pengujian Hipotesis.....	136
4.5.1.1 Pengaruh Brosur (X_1) terhadap Proses Keputusan Berkunjung	136
4.5.1.2 Pengaruh <i>Website</i> (X_2) terhadap Proses Keputusan Berkunjung.....	137
4.5.1.3 Pengaruh Buku panduan wisata (X_3) terhadap Proses Keputusan Berkunjung.....	138
4.5.1.4 Pengaruh Majalah (X_4) terhadap Proses Keputusan Berkunjung.....	139
4.5.1.5 Pengaruh Televisi (X_5) terhadap Proses Keputusan Berkunjung.....	140
4.5.2 Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	140

LANJUTAN DAFTAR ISI

	Halaman
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	142
4.6.1 Implikasi Hasil Penelitian Temuan Penelitian	142
4.6.1.1 Temuan yang bersifat Empirik.....	142
4.6.1.2 Temuan yang bersifat Teoritik.....	143
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Rekomendasi	146
DAFTAR PUSTAKA	viii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	ix
CURRICULUM VITAE.....	x

