

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS.....	18
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 <i>Sponsorship</i> dalam Pemasaran Jasa.....	18
2.1.1.1 Tujuan Program Sponsorship.....	27
2.1.1.2 Elemen-elemen Sponsorship.....	27
2.1.1.3 Tahapan Proses <i>Sponsorship</i>	29
2.1.2 Keputusan Berkunjung.....	31
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Berkunjung.....	31
2.1.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	33
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	37
2.1.3 Program <i>Sponsorship</i> dalam Menciptakan Keputusan Berkunjung.....	38
2.1.4 Penelitian terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.3 Hipotesis.....	48
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	51
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	52

3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	57
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	57
3.2.4.1 Populasi.....	57
3.2.4.2 Sampel.....	58
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	59
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	60
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	62
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	67
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	67
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	68
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur.....	77
4.1.1 Profil Perusahaan.....	77
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	77
4.1.1.2 Sejarah singkat perusahaan.....	78
4.1.1.3 Produk dan Jasa Wisata yang ditawarkan.....	79
4.1.1.4 Seksi Pemasaran dan Penjualan Grama Tirta Jatiluhur.....	80
4.1.2 Profil Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur.....	82
4.1.2.1 Jenis/tipe Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur.....	82
4.1.2.2 Alasan mengunjungi kawasan wisata Grama Tirta Jatiluhur.....	83
4.1.2.3 Atraksi yang Paling Diminati Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur.....	85
4.1.2.4 Jenis Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia.....	86
4.1.2.5 Jenis Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur dilihat dari Pendidikan dan Pekerjaan.....	88

4.1.2.6 Jenis Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur dilihat dari Asal Tinggal dan Banyak Kunjungan.....	90
4.1.2.7 Jenis Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur dilihat dari Penghasilan/Uang Saku dan Banyak Kunjungan.....	91
4.1.2.8 Jenis Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur dilihat dari Pekerjaan dan Banyak Kunjungan.....	93
4.2 Pelaksanaan <i>Program Sponsorship</i> Grama Tirta Jatiluhur	95
4.2.1 <i>The strength of link</i>	95
4.2.2 <i>The Duration of Link</i>	98
4.2.3 <i>Gratitude</i>	100
4.2.4 <i>Perceptual Change</i>	102
4.2.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Program <i>Sponsorship</i> Grama Tirta Jatiluhur.....	104
4.3 Pelaksanaan Keputusan Berkunjung.....	106
4.3.1 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk/jasa.....	106
4.3.2 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek....	108
4.3.3 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Penentuan Harga Pembelian.....	109
4.3.4 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan	110
4.3.5 Keputusan Berkunjung Berdasarkan Promosi.....	112
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.....	113
4.4 Pengujian Program <i>Sponsorship</i> Grama Tirta Jatiluhur terhadap Keputusan Berkunjung.....	114
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	119
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	119
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	119

BAB V_KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	121
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Rekomendasi.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	126

