

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.3.2.1 Kegunaan Praktis	14
1.3.2.2 Kegunaan Teoritis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Bauran Pemasaran Pariwisata	15
2.1.1.1 <i>Produk</i>	17
2.1.1.2 <i>Partnership</i>	20
2.1.1.3 <i>People</i>	22
2.1.1.4 <i>Packaging and Programming</i>	24
2.1.1.5 <i>Place</i>	35
2.1.1.6 <i>Promotion</i>	39
2.1.1.7 <i>Price</i>	42
2.1.2 Keputusan Menginap (Keputusan Pembelian)	46
2.1.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .	48

2.1.2.2	Jenis Perilaku Pembelian	52
2.1.2.3	Tipe-tipe Konsumen dalam Mengambil Keputusan	53
2.1.2.4	Tipe-tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian	54
2.1.2.5	Tahap-tahap Keputusan Pembelian	56
2.1.2.6	Keputusan Pembelian Konsumen	59
2.1.3	Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung	62
2.1.4	Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Pen	66
2.1.4.1	Resume hasil penelitian	67
2.1.4.2	Orisinalitas penelitian	69
2.2	Kerangka Pemikiran	69
2.3	Hipotesis	79
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	88
3.2	Operasionalisasi Variabel	90
3.3	Jenis dan Sumber Data	94
3.4	Populasi, Sampel dan Tehnik Sampel	95
3.4.1	Populasi	95
3.4.2	Sampel	97
3.4.3	Teknik Sampling	99
3.5	Teknik Pengumpulan Data	99
3.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	101
3.6.1	Pegujian Validitas	101
3.6.2	Pengujian Reliabilitas	103
3.7	Rancangan Analisis Data	105
3.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	105
3.7.1.1	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Pariwisata	105

3.7.1.2 Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	107
3.7.2 Analisi Data	110
3.7.3 Pengujian Hipotesis Variabel Penelitian	115
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Pengunjung	118
4.1.1 Profil Taman Impian Jaya Ancol	118
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	118
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan	119
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan	122
4.1.2 Profil Wisatawan Domestik Berdasarkan Karakteristik Demog Pengalaman dan Penilaian terhadap Taman Impian Jaya Ancol	122
4.1.2.1 Jenis Kelamin dan Usia	122
4.1.2.2 Pekerjaan dan Penghasilan	124
4.1.2.3 Pekerjaan dan Tempat Tinggal	125
4.1.2.4 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan kebiasaan	127
4.1.2.5 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan frekuensi Berkunjung	129
4.1.2.6 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan pengeluaran selama berkunjung	130
4.1.2.7 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan objek wisata yang paling sering dikunjungi di DKI Jakarta	132
4.1.2.8 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan sumber inform	134
4.1.2.9 Penilaian wisatawan domestik berdasarkan atraksi yang p menarik dan sering dikunjungi di Taman Impian Jaya Anc	136
4.2 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pariwisata.....	138
4.2.1 <i>Product</i>	138
4.2.2 <i>Partnership</i>	141

4.2.3 <i>People</i>	143
4.2.4 <i>Packaging</i>	145
4.2.5 <i>Programming</i>	147
4.2.6 <i>Place</i>	149
4.2.7 <i>Promotion</i>	151
4.2.8 <i>Price</i>	154
4.2.9 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Domestik tentang Bauran Pemasaran Pariwisata Taman Impian Jaya Ancol	156
4.3 Pelaksanaan Keputusan Berkunjung	157
4.3.1 Pemilihan berdasarkan produk	157
4.3.2 Pemilihan berdasarkan merek	159
4.3.3 Pemilihan berdasarkan saluran distribusi	161
4.3.4 Pemilihan berdasarkan waktu kunjungan	165
4.3.5 Pemilihan berdasarkan jumlah atraksi yang dapat dikunjungi ..	163
4.3.6 Pemilihan berdasarkan metode pembayaran	166
4.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Domestik tentang Keputu: Berkunjung ke Taman Impian Jaya Ancol	169
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	170
4.4.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung	170
4.4.1.1 Kontribusi <i>Product</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	177
4.4.1.2 Kontribusi <i>Partnership</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	178
4.4.1.3 Kontribusi <i>People</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	179

4.4.1.4	Kontribusi <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	180
4.4.1.5	Kontribusi <i>Programming</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	181
4.4.1.6	Kontribusi <i>Place</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	182
4.4.1.7	Kontribusi <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	183
4.4.1.8	Kontribusi <i>Price</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	184
4.5	Implikasi Hasil Penelitian	188
4.5.1	Temuan yang Bersifat Empirik	188
4.5.2	Temuan yang Bersifat Teoritik	189
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1	Kesimpulan.....	192
5.2	Rekomendasi.....	194
	Daftar Pustaka	
	Lampiran.....	

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Wisatawan Mancanegara yang Mengunjungi DKI Jakarta Menurut Pintu Masuk	3
Tabel 1.2	Pertumbuhan Wisnus di DKI Jakarta Tahun 1996-2006	5
Tabel 1.3	Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta (PAD) Sektor Pariwisata Tahun 1996 – 2005	6
Tabel 1.4	Data Industri Pariwisata di DKI Jakarta	7
Tabel 1.5	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan DKI Jakarta, 2001-2006 (<i>orang/ Person</i>)	10
Tabel 2.1	Definisi Bauran Pemasaran Jasa	15
Tabel 2.2	Dimensi Bauran Pemasaran Jasa	16
Tabel 2.3	Beberapa Definisi <i>Product</i>	18
Tabel 2.4	Beberapa Definisi <i>People</i>	23
Tabel 2.5	Beberapa Definisi <i>Place</i>	36
Tabel 2.6	Beberapa Definisi <i>Promotion</i>	40
Tabel 2.7	Beberapa Definisi <i>Price</i>	44
Tabel 2.8	Tipe-Tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian	54
Tabel 2.9	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Bauran Pemasaran Pariwisata.....	66
Tabel 2.10	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Keputusan Berkunjung	68
Tabel 2.11	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Industri Destinasi Pariwisata	68
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	90
Tabel 3.2	Jenis dan sumber data	95
Tabel 3.3	Total Pengunjung Pintu Gerbang Utama Taman Impian Jaya Ancol oktober 2007	96

Tabel 3.4	Proporsi Sampel	98
Tabel 3.5	Hasil Perhitungan Validitas	102
Tabel 3.6	Hasil Perhitungan Reliabilitas	104
Tabel 3.7	Kriteria penafsiran hasil perhitungan responden	112
Tabel 4.1	Jenis Usaha	118
Tabel 4.2	Produk dan Jasa yang ditawarkan	122
Tabel 4.3	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .	122
Tabel 4.4	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	124
Tabel 4.5	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Pekerjaan dan Tempat tinggal	126
Tabel 4.6	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Kebiasaan	127
Tabel 4.7	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Frekuensi Berkunjung	129
Tabel 4.8	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Pengeluaran Selama Berkunjung	131
Tabel 4.9	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Objek Wisata yang paling sering dikunjungi di DKI Jakarta	132
Tabel 4.10	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Sumber Informasi mengenai atraksi/wahana yang terdapat di Taman Impia Jaya Ancol	135
Tabel 4.11	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Atraksi/Wahana yang paling menarik dan sering dikunjungi di Taman Impian Jaya Ancol	137
Tabel 4.12	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Product</i> Taman Impian Jaya Ancol	139
Tabel 4.13	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Partnership</i> Taman Impian Jaya Ancol	142

Tabel 4.14	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>People</i> Taman Impian Jaya Ancol	144
Tabel 4.15	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Packaging</i> Taman Impian Jaya Ancol	146
Tabel 4.16	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Programming</i> Taman Impian Jaya Ancol	148
Tabel 4.17	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Place</i> Taman Impian Jaya Ancol	150
Tabel 4.18	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Promotion</i> Taman Impian Jaya Ancol	152
Tabel 4.19	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Price</i> Taman Impian Jaya Ancol	154
Tabel 4.20	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Domestik tentang Bauran Pemasaran Pariwisata Taman Impian Jaya Ancol	156
Tabel 4.21	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Produk Taman Impian Jaya Ancol	157
Tabel 4.22	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Merek Taman Impian Jaya Ancol	159
Tabel 4.23	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Saluran Distribusi Taman Impian Jaya Ancol	161
Tabel 4.24	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Waktu Berkunjung Ke Taman Impian Jaya Ancol	163
Tabel 4.25	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Jumlah Atraksi Yang Dapat Dikunjungi Di Taman Impian Jaya Ancol	166
Tabel 4.26	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Metode Pembayaran Taman Impian Jaya Ancol	167
Tabel 4.27	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Domestik tentang Keputusan Berkunjung ke Taman Impian Jaya Ancol	169

Tabel 4.28	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel Bauran Pemasaran Pariwisata Dengan Keputusan Berkunjung	172
Tabel 4.29	Pengujian Secara Simultan	173
Tabel 4.30	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	175
Tabel 4.31	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Produk Terhadap Keputusan Berkunjung	177
Tabel 4.32	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Partnership</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	178
Tabel 4.33	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>People</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	179
Tabel 4.34	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	180
Tabel 4.35	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Programming</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	181
Tabel 4.36	Pengaruh Langsung Dan Tidak langsung Dari <i>Place</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	182
Tabel 4.37	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	183
Tabel 4.38	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Price</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	184
Tabel 4.39	Hasil Pengujian Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung	185

Daftar Gambar

Gambar 1.1	Jumlah wisman ke DKI Jakarta bulan Januari dalam 4 tahun terakhir	4
Gambar 1.2	<i>Industry Overview</i>	8
Gambar 1.3	<i>Increased inflation was followed with drop in visitor</i>	9
Gambar 2.1	<i>Relationship of Packaging and Programming</i>	34
Gambar 2.2	<i>The hospitality and travel distribution system</i>	38
Gambar 2.3	Model perilaku konsumen	47
Gambar 2.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	49
Gambar 2.5	Proses pengambilan keputusan	56
Gambar 2.6	Model perilaku pembeli dalam keputusan pembelian	59
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran	77
Gambar 2.8	Paradigma Penelitian	78
Gambar 3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	113
Gambar 3.2	Diagram Jalur Hipotesis	114
Gambar 3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis	114
Gambar 4.1	Sejarah Perusahaan	119
Gambar 4.2	Struktur Organisasi	121
Gambar 4.3	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	123
Gambar 4.4	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	125
Gambar 4.5	Profil Wisatawan Domestik berdasarkan Pekerjaan dan Tempat tinggal	126
Gambar 4.6	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Kebiasaan	128
Gambar 4.7	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Frekuensi Berkunjung	129

Gambar 4.8	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Pengeluaran Selama Berkunjung	131
Gambar 4.9	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Objek Wisata yang paling sering dikunjungi di DKI Jakarta	133
Gambar 4.10	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Sumber Informasi mengenai atraksi/wahana yang terdapat di Taman Impia Jaya Ancol	135
Gambar 4.11	Penilaian Wisatawan Domestik berdasarkan Atraksi/Wahana yang paling menarik dan sering dikunjungi di Taman Impian Jaya Ancol	137
Gambar 4.12	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Product</i> Taman Impian Jaya Ancol	140
Gambar 4.13	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Partnership</i> Taman Impian Jaya Ancol	142
Gambar 4.14	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>People</i> Taman Impian Jaya Ancol	144
Gambar 4.15	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Packaging</i> Taman Impian Jaya Ancol	146
Gambar 4.16	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Programming</i> Taman Impian Jaya Ancol	148
Gambar 4.17	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Place</i> Taman Impian Jaya Ancol	150
Gambar 4.18	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Promotion</i> Taman Impian Jaya Ancol	153
Gambar 4.19	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap <i>Price</i> Taman Impian Jaya Ancol	155
Gambar 4.20	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Produk Taman Impian Jaya Ancol	158

Gambar 4.21	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Merek Taman Impian Jaya Ancol	160
Gambar 4.22	Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap Pemilihan Saluran Distribusi Taman Impian Jaya Ancol	162
Gambar 4.23	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Waktu Berkunjung Taman Impian Jaya Ancol	164
Gambar 4.24	Tanggapan Wisatawan Domestik Berdasarkan Pemilihan Metode Pembayaran Taman Impian Jaya Ancol	167
Gambar 4.25	Hubungan Kausal Antar Variabel X	170
Gambar 4.26	Struktural Kausal Antara Variabel $X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{1.4}$, $X_{1.5}$, $X_{1.6}$, $X_{1.7}$, $X_{1.8}$ Dan Variabel Y	176

