

DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 <i>Creative tourism</i>	10
2.1.1.1 <i>Creative tourism</i> sebagai strategi pemasaran destinasi pariwisata.....	10
2.1.1.2 Konsep <i>Creative tourism</i>	12
2.1.1.3 Definisi <i>Creative tourism</i>	15
2.1.1.4 Dimensi <i>Creative Tourism</i>	17
2.1.2 Keputusan Berkunjung.....	19
2.1.2.1 Konsep Keputusan Berkunjung.....	19
2.1.2.2 Definisi Keputusan Berkunjung.....	20
2.1.2.3 Tahapan atau Proses dalam Pengambilan Keputusan.....	22
2.1.2.4 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	24
2.1.3 Pengaruh <i>Creative Tourism</i> Terhadap Keputusan Berkunjung...	28
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3 Hipotesis.....	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang digunakan.....	40
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	43

Dendi Supriatna, 2014

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DOMINAN DALAM PEMBENTUKAN *CREATIVE TOURISM* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG : Survei terhadap Wisatawan Mancanegara (Negara Belanda, Perancis dan Jerman) yang Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel.....	45
3.2.4.1	Populasi.....	45
3.2.4.2	Sampel.....	45
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	47
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	49
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	55
3.2.7.1	Analisis Faktor Konfirmatori.....	55
3.2.7.2	Pengujian Model Faktor Konfirmatori.....	56
3.3	Teknik Analisis.....	60
3.3.1	Pengujian Hipotesis.....	61
3.3.2	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	61
3.4	Analisis <i>structural Equation Modeling</i>	68
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1	Profil Dinas Pariwisata DIY dan Wisatawan Eropa Yang Berkunjung ke DIY.....	78
4.1.1	Profil Dinas Pariwisata DIY.....	78
4.1.1.1	Identitas Dinas Pariwisata DIY.....	78
4.1.1.2	Sejarah Singkat Pariwisata DIY.....	80
4.1.2	Profil Wisatawan Eropa yang Berkunjung ke DIY.....	81
4.1.2.1	Karakteristik wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan domisili negara asal.....	82
4.1.2.2	Karakteristik wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Jenis kelamin dan Usia.....	81
4.1.2.3	Karakteristik wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	84
4.1.2.4	Karakteristik wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Pendidikan.....	86
4.1.2.5	Karakteristik wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Tujuan Wisata.....	87
4.1.2.6	Pengalaman wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Frekuensi berkunjung dan Sumber Informasi yang didapat.....	88
4.1.2.7	Pengalaman wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan penilaian kualitas di setiap Program atraksi Wisata.....	89
4.1.2.8	Pengalaman wisatawan Eropa ke DIY Berdasarkan Atribut Kunjungan.....	90
4.2	Hasil Analisis Pengujian Faktor-faktor Dominan dalam Pembentukan <i>Creative Tourism</i>	91
4.2.1	Gambaran <i>Creative Tourism</i>	91
4.2.2	Rekapitulasi Mengenai Faktor-faktor Dominan dalam pembentukan <i>Creative tourism</i>	92

Dendi Supriatna, 2014

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DOMINAN DALAM PEMBENTUKAN *CREATIVE TOURISM* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG : Survei terhadap Wisatawan Mancanegara (Negara Belanda, Perancis dan Jerman) yang Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.3	Tanggapan Wisatawan Mancanegara terhadap Keputusan Berkunjung dan Dimensinya di D.I. Yogyakarta.....	93
4.3.1	Gambaran Keputusan Berkunjung.....	93
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Keputusan berkunjung	93
4.3.3	Gambaran Dimensi-Dimensi Keputusan Berkunjung.....	95
4.3.3.1	Gambaran Dimensi <i>Need</i>	95
4.3.3.2	Gambaran Dimensi <i>Perception</i>	97
4.3.3.2	Gambaran Dimensi <i>Memory</i>	98
4.3.3.2	Gambaran Dimensi <i>Attitudes</i>	99
4.4	Hasil Analisis Uji Keseluruhan Model Pengaruh <i>Creative Tourism</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	100
4.4.1	Uji Kesesuaian Model.....	101
4.4.2	Hasil <i>Path Diagram</i> menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i>	103
4.4.2.1	Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	105
4.4.2.2	Pengujian dan Uji Signifikansi Pengaruh <i>Creative Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung secara Parsial.....	105
4.4.2.3	Pembahasan Analisis Hipotesis Pengaruh <i>Creative Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	106
4.5	Implikasi Hasil Penelitian.....	112
4.6.1	Temuan penelitian Bersifat Teoritik.....	113
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	114
	BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	116
5.1	Kesimpulan.....	116
5.2	Rekomendasi.....	117
	DAFTAR PUSTAKA.....	xii
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Hal.
1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke DIY tahun 2008-2014.....	2
1.2 Destinasi Wisata Favorit Wisatawan Mancanegara di DIY melalui sub Kategori <i>Creative tourism</i>	6
2.1 Definisi <i>Creative tourism</i> Menurut beberapa sumber.....	15
2.2 Definisi Keputusan berkunjung Menurut beberapa sumber.....	20
2.3 Resume Hasil penelitian terdahulu.....	29
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.2 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	44
3.3 Proporsi Penyebaran Angket.....	46
3.4 Batas-batas Nilai Koefisien Korelasi.....	49
3.5 Hasil Pengujian Validitas X (<i>Creative Tourism</i>)	51
3.6 Hasil Pengujian Validitas Y (Keputusan Berkunjung)	52
3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	54
3.8 Justifikasi Model Hipotesis.....	69
3.9 Persamaan Struktural Penelitian.....	70
3.10 Memilih Teknis Estimasi.....	72
3.11 Indeks <i>Goodness of Fit</i>	76
4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	84
4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	90
4.3 Penilaian <i>Rating</i> Atribut Kunjungan ke DIY.....	91
4.4 Kesimpulan Hasil CFA Variabel <i>Creative Tourism</i>	93
4.5 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi <i>Need</i>	94
4.6 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi <i>Perception</i>	95
4.7 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi <i>Memory</i>	96
4.8 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi <i>Attitudes</i>	97
4.9 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Keputusan Berkunjung ke DIY.....	98
4.10 Kesimpulan Uji Kecocokan Model	102
4.11 Kesimpulan Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	105
4.12 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial.....	105

Dendi Supriatna, 2014

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DOMINAN DALAM PEMBENTUKAN *CREATIVE TOURISM* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG : Survei terhadap Wisatawan Mancanegara (Negara Belanda, Perancis dan Jerman) yang Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
2.1 Lima Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Model <i>Consumer Decision Making</i> SPR.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran Analisis Faktor Pembentuk <i>Creative Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	35
2.4 Paradigma Penelitian Analisis Faktor Pembentuk <i>Creative Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	36
3.1 Contoh Model Analisis Faktor Konfirmatori.....	49
3.2 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Architecture</i>	62
3.3 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Design</i>	63
3.4 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Fashion</i>	64
3.5 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Culinary</i>	65
3.6 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Music</i>	66
3.7 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Performing Art</i>	67
3.8 <i>Confirmatory Factor Analysis Creative Fine Art</i>	68
4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata DIY.....	80
4.2 Karakteristik Wisatawan Eropa Berdasarkan Domisi Negara asal.....	81
4.3 Karakteristik Wisatawan Eropa Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83
4.4 Karakteristik Wisatawan Eropa Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	86
4.5 Karakteristik Wisatawan Eropa Berdasarkan Pendidikan.....	86
4.6 Karakteristik Wisatawan Eropa Berdasarkan Tujuan Berwisata.....	87
4.7 Pengalaman Wisatawan Eropa Berdasarkan Frekuensi Kunjungan dan Sumber Informasi yang didapat.....	88
4.8 Pengalaman Wisatawan Eropa Berdasarkan Penilaian Kualitas Pelayanan di setiap Destinasi Wisata.....	89
4.9 Model Variabel <i>Creative Creative Tourism</i>	98
4.10 <i>Structural Model Estimation</i>	104