DAFTAR ISI

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 Creative tourism ............................................... 10
    2.1.1.1 Creative tourism sebagai strategi pemasaran destinasi pariwisata................................. 10
    2.1.1.2 Konsep Creative tourism ................................ 12
    2.1.1.3 Definisi Creative tourism ................................ 15
    2.1.1.4 Dimensi Creative Tourism ............................. 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 Creative Tourism 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
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

Dendi Supriatna, 2014

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu
4.3 Tanggapan Wisatawan Mancanegara terhadap Keputusan Berkunjung dan Dimensinya di D.I. Yogyakarta

4.3.1 Gambaran Keputusan Berkunjung

4.3.2 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Keputusan berkunjung

4.3.3 Gambaran Dimensi-Dimensi Keputusan Berkunjung

4.3.3.1 Gambaran Dimensi Need

4.3.3.2 Gambaran Dimensi Perception

4.3.3.2 Gambaran Dimensi Memory

4.3.3.2 Gambaran Dimensi Attitudes

4.4 Hasil Analisis Uji Keseluruhan Model Pengaruh Creative Tourism Terhadap Keputusan Berkunjung

4.4.1 Uji Kesesuaian Model

4.4.2 Hasil Path Diagram menggunakan Structural Equation Modeling

4.4.2.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

4.4.2.2 Pengujian dan Uji Signifikansi Pengaruh Creative Tourism terhadap Keputusan Berkunjung secara Parsial

4.4.2.3 Pembahasan Analisis Hipotesis Pengaruh Creative Tourism terhadap Keputusan Berkunjung

4.5 Implikasi Hasil Penelitian

4.6 Temuan Penelitian

5.1 Kesimpulan

5.2 Rekomendasi

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR TABEL

1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke DIY tahun 2008-2014........... 2
1.2 Destinasi Wisata Favorit Wisatawan Mancanegara di DIY melalui sub Kategori Creative tourism................................................................. 6
2.1 Definisi Creative tourism 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 (Creative Tourism).............................. 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 Goodness of Fit.................................................................. 76
4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia......... 84
4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan...... 90
4.3 Penilaian Rating Atribut Kunjungan ke DIY...................................... 91
4.4 Kesimpulan Hasil CFA Variabel Creative Tourism............................ 93
4.5 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi Need...................... 94
4.6 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi Perception.............. 95
4.7 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi Memory............... 96
4.8 Tanggapan Wisatawan Eropa terhadap Dimensi Attitudes................ 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
DAFTAR GAMBAR

2.1 Lima Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.................................................. 22
2.2 Model Consumer Decision Making SPR.............................................................. 25
2.3 Kerangka Pemikiran Analisis Faktor Pembentuk Creative Tourism terhadap Keputusan Berkunjung................................................................. 35
2.4 Paradigma Penelitian Analisis Faktor Pembentuk Creative Tourism terhadap Keputusan Berkunjung................................................................. 36
3.1 Contoh Model Analisis Faktor Konfirmatori....................................................... 49
3.2 Confirmatory Factor Analysis Creative Architecture............................................ 62
3.3 Confirmatory Factor Analysis Creative Design...................................................... 63
3.4 Confirmatory Factor Analysis Creative Fashion.................................................... 64
3.5 Confirmatory Factor Analysis Creative Culinary.................................................... 65
3.6 Confirmatory Factor Analysis Creative Music....................................................... 66
3.7 Confirmatory Factor Analysis Creative Performing Art...................................... 67
3.8 Confirmatory Factor Analysis Creative Fine Art.................................................... 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 Creative Creative Tourism.......................................................... 98
4.10 Structural Model Estimation................................................................................. 104