

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep Kepariwisata	13
2.1.1.1 Defenisi Pariwisata	13
2.1.1.2 Konsep Destinasi Pariwisata	15
2.1.2 Konsep <i>Destination Experience</i> Diadopsi dari <i>Brand Experience</i>	18
2.1.2.1 <i>Brand Experience</i> Dalam Pemasaran Pariwisata	18
2.1.2.2 Defenisi <i>Brand Experience</i>	27
2.1.2.3 Dimensi <i>Brand Experience</i>	32
2.1.2.4 Model <i>Brand Experience</i>	34
2.1.3 <i>Behavioral Intention</i>	35
2.1.3.1 Defenisi <i>Behavioral Intention</i>	35
2.1.3.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	38
2.1.4 Pengaruh <i>Destination Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	42

Arifki, 2014

PENGARUH DESTINATION EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI KAWASAN WISATA KANDI KOTA SAWAHLUNTO : Survei Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawasan Wisata Kandi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.5 Orisinalitas Penelitian	43
2.2 Kerangka Pemikiran	49
2.3 Hipotesis	50
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	53
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	60
3.2.4 Populasi, Sample, dan Teknik <i>Sampling</i>	62
3.2.4.1 Populasi	62
3.2.4.2 Sample	63
3.2.4.3 Teknik Sampling	64
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	66
3.2.6.1 Pengujian Validitas	67
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	72
3.2.7 Rancangan Analisis Data	75
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	76
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	76
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Kawasan	84
4.1.1 Profil Kawasan Wisata Kandi	84
4.1.1.1 Identitas Kawasan Wisata Kandi	84
4.1.1.2 Sejarah Singkat Kawasan	84
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	85
4.1.2 Profil Wisatawan Kawasan Wisata Kandi	86
4.1.2.1 Profil Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia ...	86

4.1.2.2	Profil Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan	86
4.1.2.3	Profil Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	88
4.2	Penerapan <i>Destination Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	88
4.2.1	Sub Variabel <i>Sensory Experience</i>	89
4.2.2	Sub Variabel <i>Affective Experience</i>	90
4.2.3	Sub Variabel <i>Intellectual Experience</i>	92
4.2.4	Sub Variabel <i>Behavioral Experience</i>	93
4.2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Destination Experience</i>	95
4.3	Pelaksanaan Indikator <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Kandi	97
4.3.1	Indikator <i>Repurchase Intention</i>	97
4.3.2	Indikator <i>Price Premium</i>	99
4.3.3	Indikator <i>Word Of Mouth</i>	100
4.3.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	102
4.4	Pengaruh Penerapan <i>Destination Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Implikasi Hasil Temuan Penelitian	103
4.5	Implikasi Hasil Temuan	111
4.5.1	Temuan yang Bersifat Teoritik	111
4.5.2	Temuan yang Bersifat Empirik	112
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN		119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Wisatawan Mancanegara dan Nusantara yang Berkunjung ke Provinsi Sumatera Barat	2
Tabel 1.2	Daerah Tujuan Wisata di Provinsi Sumatera Barat	3
Tabel 1.3	Daftar Destinasi Wisata di Kota Sawahlunto	4
Tabel 1.4	Data Jenis Destinasi Wisata Unggulan Kota Sawahlunto	5
Tabel 1.5	Data Jumlah Wisatawan yang Berkunjung Ke Kota sawahlunto	6
Tabel 1.6	Data Atraksi Wisata Di Kawasan Wisata Kandi	7
Tabel 1.7	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Kandi	7
Tabel 1.8	Strategi <i>Destination Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	10
Tabel 2.1	Fungsi dan Manfaat Brand Bagi Pelanggan	24
Tabel 2.2	Defenisi <i>Brand Experience</i>	28
Tabel 2.3	Dimensi <i>Brand Experience</i>	32
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	43
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	61
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel (X) <i>Destination Experience</i>	69
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel (Y) <i>Behavioral Intention</i>	70

Arifki, 2014

xiii

PENGARUH DESTINATION EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI KAWASAN WISATA KANDI KOTA SAWAHLUNTO : Survei Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawasan Wisata Kandi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel (Y) Tanpa Menyertakan Item yang Tidak Valid	72
Tabel 3.7	Interprestasi Besarnya Koefisien Korelasi	74
Tabel 3.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel (X) dan (Y)	75
Tabel 4.1	Profil Wisatawan Kawasan Wisata Kandi Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2	Profil Wisatawan Kawasan Wisata Kandi Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan.....	87
Tabel 4.3	Profil Wisatawan Kawasan Wisata Kandi Berdasarkan Asal Tinggal Wisatawan	88
Tabel 4.4	Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Sensory Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	89
Tabel 4.5	Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Affective Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	90
Tabel 4.6	Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Intellectual Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	92
Tabel 4.7	Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Behavioral Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	94
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Experience</i> di Kawasan Wisata Kandi	95
Tabel 4.9	<i>Repurchase Intention</i> Dalam <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Wisata Kandi	98
Tabel 4.10	<i>Price Premium</i> Dalam <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Wisata Kandi	99
Tabel 4.11	<i>Word Of Mouth</i> Dalam <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Wisata Kandi	101
Tabel 4.12	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Di Kawasan Wisata Kandi	102
Tabel 4.13	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Destination Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	103
Tabel 4.14	Uji Keseluruhan/Simultan (Uji F)	106

Tabel 4.15 Pengaruh Simultan <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	106
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Koefisien Jalur	107
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Menggunakan Metode Trimming	109
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung Antara <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase <i>Behavioral Intention</i> Wisatawan Nusantara di Kawasan Wisata Kandi	8
Gambar 2.1 Model <i>Positioning-Differentiation-Brand Triangle</i>	19
Gambar 2.2 Model Dimensi <i>Brand Experience</i> Kotler	34
Gambar 2.3 Model Dimensi <i>Brand Experience</i> Kotler & Keller	35
Gambar 2.4 Faktor yang Mempengaruhi <i>Behavioral Intention</i>	38
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Destination Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	49
Gambar 2.6 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Kawasan Wisata Kandi	50
Gambar 3.1 Struktur Kuasal Antara X dan Y	78
Gambar 3.2 Diagram Jalur Hipotesis	79
Gambar 3.3 Jalur Sub Struktur Hipotesis	79
Gambar 4.1 Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis <i>Destination Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	108

Gambar 4.2 Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis *Destination Experience* Terhadap *Behavioral Intention* Setelah Menggunakan Metode Trimming..... 109