

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Rumusan Masalah	9
1.3	Tujuan Penelitian	9
1.4	Kegunaan Penelitian	10
	1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
	1.4.2 Kegunaan Praktis	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka	11
	2.1.1 Konsep Pariwisata	11
	2.1.2 <i>Packaging</i>	13
	2.1.2.1 <i>Packaging</i> Bagian dari <i>Sport Marketing</i>	13
	2.1.1.2 Definisi <i>Packaging</i>	15
	2.1.1.3 Peranan <i>Packaging</i> Dalam Industri Pariwisata	17
	2.1.1.4 Dimensi <i>Packaging</i>	18
	2.1.3 Keputusan Pembelian	19
	2.1.4 Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian	26
	2.1.5 Orisinalitas Penelitian	27
2.2	Kerangka Pemikiran	30
2.3	Hipotesis	34

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian	36
3.2.1	Jenis dan Metode yang digunakan	36
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	37
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	41
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	42
3.2.4.1	Populasi	42
3.2.4.2	Sampel	42
3.2.4.3	Teknik Sampling	43
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	45
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	45
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	48
3.2.7	Rancangan Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	50
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data	52
3.2.7.2	Uji Asumsi Regresi	56
3.2.7.3	Rancangan Uji Hipotesis	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan Dan Pengunjung Tjawene Adventure	60
4.1.1	Profil Perusahaan	60
4.1.1.1	Identitas Tjawene Adventure	60
4.1.1.2	Sejarah Tjawene Adventure	61
4.1.1.3	Produk yang Ditawarkan	61
4.1.2	Profil Partisipan Berdasarkan Karakteristik, Pengalaman, dan Penilaian terhadap Tjawene Adventure	63
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	63
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	64
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah	65
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66

4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Per Bulan	67
4.1.2.6	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Partner</i> Pengambil Keputusan Membeli Paket di Tjawene Adventure	69
4.1.2.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Paket Selain Di Tjawene Adventure	70
4.1.2.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	71
4.1.2.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Paket Di Tjawene Adventure	72
4.1.2.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Paket Di Tjawene Adventure.....	73
4.1.2.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Paket Yang Dibeli Di Tjawene Adventure.....	74
4.2	Pelaksanaan <i>Packaging</i> di Tawene Adventure	75
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Core Product</i> ...	75
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Product Extensions</i>	77
4.2.3	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Packaging</i> Di Tjawene Adventure	79
4.3	Pelaksanaan Keputusan Pembelian di Tawene Adventure	81
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Produk.....	81
4.3.2	Tanggapan responden Terhadap Indikator Pilihan Merek.....	82
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Saluran Distribusi	83
4.3.4	Tanggapan responden Terhadap Indikator Waktu Pembelian	84
4.3.5	Tanggapan responden Terhadap Indikator Jumlah Pembelian ...	84
4.3.6	Tanggapan responden Terhadap Indikator Metode Pembayaran	85
4.3.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian di Tjawene Adventure	86
4.4	Hasil Uji Asumsi Variabel	88

4.4.1	Pengujian Asumsi Regresi	88
4.4.2	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	91
4.4.3	Pengujian Model FIT (Uji F/Anova).....	91
4.4.4	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	92
4.4.5	Model Persamaan Regresi Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Tjawene Adventure	93
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	94
4.5.1	Temuan yang Bersifat Teoritik	94
4.5.2	Temuan yang Bersifat Empirik	94
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Rekomendasi	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel		
1.1	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusantara (WISNUS) 2009 - 2013.....	2
1.2	Data Potensi Atraksi Pariwisata Dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Bandung Tahun 2014	4
1.3	Data Pembelian Di Daya Tarik Wisata Olahraga Kabupaten Bandung Tahun 2013	5
1.4	Data Pembelian Di Tjawene Adventure tahun 2009 – 2013.....	6
1.5	<i>Packaging</i> Di Tjawene Adventure	8
2.1	Pengertian <i>Packaging</i> Menurut Bebarapa Ahli	16
2.2	Penelitian Yang Berkaitan Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan	27
3.1	Operasionalisasi Variabel	37
3.2	Jenis dan Sumber Data	41
3.3	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	47
3.4	Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Penelitian.....	50
3.5	Skor Alternatif Jawaban.....	52
3.6	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	54
4.1	Fasilitas <i>Cottage</i> di Tjawene Adventure	62
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	63
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	64
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Partisipan yang Membeli Paket di Tjawene Adventure	65
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Per Bulan	67
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Partner</i>	69
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Paket Selain di Tjawene Adventure	70
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	71

4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Paket di Tjawene Adventure	72
4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Paket di Tjawene Adventure	73
4.12	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Paket yang Dibeli di Tjawene Adventure	74
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Core Product</i>	76
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Product Extensions</i>	78
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Packaging</i> di Tjawene Adventure	79
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Produk.....	81
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Merek	82
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Saluran Distribusi.....	83
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Waktu Pembelian	84
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Jumlah Pembelian	85
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Metode Pembayaran	86
4.22	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian di Tjawene Adventure.....	86
4.23	Hasil Uji Multikolinearitas	90
4.24	<i>Output</i> Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Tjawene Adventure	91
4.25	<i>Output</i> Tabel Anova	92
4.26	<i>Output</i> Analisis Koefisien Regresi	93

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar		
2.1	Kontekstual Wisata Olahraga	13
2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Packaging</i> Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian	34
3.1	Regresi Berganda	56
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	64
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Partisipan Pengambil Keputusan Pembelian di Tjawene Adventure	65
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Partisiipan Yang Membeli Paket di Tjawene Adventure	66
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan	67
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Per Bulan	68
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Partner</i>	69
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Paket Selain di Tjawene Adventure	70
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	72
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Paket di Tjawene Adveenture	73
4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Paket di Tjawene Adventure.....	74
4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Paket Yang Dibeli di Tjawene Adventure.....	75
4.12	<i>Normal Probability Plot</i>	89
4.13	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	90