

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Konsep Kepariwisata.....	8
2.1.2 Konsep Destinasi Pariwisata.....	10
2.1.3 Konsep Industri Pariwisata.....	12
2.1.4 Konsep Pemasaran Pariwisata .....	13
2.1.5 Konsep Motivasi Wisatawan .....	15
2.1.5.1 Kajian Konsep Motivasi Wisatawan dalam Destinasi Pariwisata .....	15
2.1.5.2 Definisi Motivasi Wisatawan .....	20
2.1.5.3 Faktor-faktor Pendorong dan Penarik Motivasi Wisatawan. ...	22
2.1.6 Konsep Keputusan Berkunjung.....	26
2.1.6.1 Definisi Konsep Keputusan Berkunjung.....	26
2.1.6.2 Dimensi Keputusan Berkunjung .....	37
2.1.6.3 Model Keputusan Berkunjung .....	38
2.1.7 Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung .....	38
2.1.8 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.3 Hipotesis.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian .....	49
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	50

3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	57
3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik <i>Sampling</i> .....	58
3.2.4.1 Populasi .....	58
3.2.4.2 Sampel .....	58
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	59
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	61
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	61
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	66
3.2.7 Rancangan Analisis Data .....	68
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	68
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	69
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Destinasi dan Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	74
4.1.1 Profil Taman Wisata Alam Cimanggu .....	74
4.1.1.2 Sejarah Singkat Taman Wisata Alam Cimanggu .....	76
4.1.1.3 Daya Tarik dan Fasilitas Taman Wisata Alam Cimanggu .....	77
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	78
4.1.2.1 Jenis Kelamin Berdasarkan Usia dan Status .....	78
4.1.2.2 Jenis Kelamin Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan .....	79
4.1.2.3 Jenis Kelamin Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan dan Daerah Asal .....	81
4.1.2.4 Jenis Kelamin Berdasarkan Tujuan Berkunjung dan Aktivitas Wisata .....	83
4.1.2.5 Jenis Kelamin Berdasarkan Keunggulan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	85
4.1.2.6 Jenis Kelamin Berdasarkan Sumber Informasi Informasi dan Dengan Siapa Mengunjungi .....	87
4.1.2.7 Jenis Kelamin Berdasarkan Pengeluaran Saat Mengunjungi TWA Cimanggu dan Transportasi yang Digunakan .....	89
4.2 Gambaran Motivasi Wisatawan TWA Cimanggu .....	92
4.2.1 Gambaran Motivasi Wisatawan .....	92
4.2.2 Dimensi Motivasi Wisatawan .....	92
4.3 Gambaran Keputusan Berkunjung Ke TWA Cimanggu .....	98
4.3.1 Gambaran Keputusan Berkunjung .....	99
4.3.2 Gambaran Dimensi Keputusan Berkunjung .....	99
4.3.2.1 Tanggapan Wisatawan terhadap Pemilihan Produk dan Jasa .....	99
4.3.2.2 Tanggapan Wisatawan terhadap Pemilihan Suatu Merek .....	100
4.3.2.3 Tanggapan Wisatawan terhadap Pemilihan Saluran Pembelian Dan Kunjungan .....	101
4.3.2.4 Tanggapan Wisatawan terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan .....	103
4.3.2.5 Tanggapan Wisatawan terhadap Jumlah Kunjungan .....	104

4.3.2.6	Tanggapan Wisatawan terhadap Metode Pembayaran .....	105
4.3.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung ke TWA Cimanggu.....	106
4.4	Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung ke TWA Cimanggu.....	108
4.4.1	Hasil Asumsi Normalitas .....	108
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	110
4.4.3	Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	111
4.4.4	Uji Signifikansi (Uji F) .....	112
4.4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	113
4.4.6	Persamaan Regresi Linear Sederhana .....	114
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	115
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	115
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	116
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>		
5.1	Kesimpulan .....	117
5.2	Rekomendasi .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>122</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Ke Tempat Pemandian Air Panas Di Kabupaten Bandung 2010-2013 .....	2
1.2	Data Kunjungan Wisata Pemandian Air Panas Taman Wisata Alam Cimanggu Tahun 2011-2014 .....	4
2.1	Daftar Urutan Pentingnya Sifat Destinasi Menurut Wisatawan.....	11
2.2	Definisi Motivasi Menurut Para Ahli .....	17
2.3	Penelitian Yang Berkaitan Dengan Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung .....	40
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	50
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	57
3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	62
3.4	Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....	68
3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	71
4.1	Harga Tiket Orang Dan Kendaraan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	75
4.2	Jenis Kelamin Berdasarkan Status Dan Usia .....	78
4.3	Jenis Kelamin Berdasarkan Pendidikan terakhir Dan Pekerjaan .....	80
4.4	Jenis Kelamin Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan Dan Daerah Asal .....	82
4.5	Jenis Kelamin Berdasarkan Tujuan Berkunjung Dan Aktivitas Wisata .....	83
4.6	Jenis Kelamin Berdasarkan Keunggulan Taman Wisata Alam Cimanggu.....	85
4.7	Jenis Kelamin Berdasarkan Sumber Informasi Dan Dengan Siapa Mengunjungi .....	88
4.8	Jenis Kelamin Berdasarkan Pengeluaran Saat Mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu Dan Transportasi Yang digunakan .....	90
4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap Motivasi Wisatawan .....	93
4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	97
4.11	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Dan Jasa .....	99
4.12	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Suatu Merek .....	101

4.13	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Saluran Pembelian.....	102
4.14	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan .....	103
4.15	Tanggapan Wisatawan Terhadap Jumlah Kunjungan .....	104
4.16	Tanggapan Wisatawan Terhadap Metode Pembayaran .....	105
4.17	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Wisata Alam Cimanggu .....	106
4.18	Hasil Uji Normalitas .....	109
4.19	Hasil Heteroskedastisitas .....	110
4.20	Hasil Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.....	111
4.21	Uji Keseluruhan / Simultan (F).....	112
4.22	Hasil Koefisien Regresi .....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Model Perilaku Konsumen .....	32
2.2	Proses Keputusan Pembelian .....	35
2.3	Model Pembelian Konsumen .....	38
2.4	Kerangka Pemikiran Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu .....	46
2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung .....	47
3.1	Regresi Linier Sederhana .....	72
4.1	Jenis Kelamin Berdasarkan Status Dan Usia .....	79
4.2	Jenis Kelamin Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Pekerjaan.....	81
4.3	Jenis Kelamin Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan Dan Daerah Asal .....	83
4.4	Jenis Kelamin Berdasarkan Tujuan Berkunjung Dan Aktivitas Wisata .....	85
4.5	Jenis Kelamin Berdasarkan Keunggulan Taman Wisata Alam Cimanggu .....	87
4.6	Jenis Kelamin Berdasarkan Sumber Informasi Dan Dengan Siapa Mengunjungi .....	89
4.7	Jenis Kelamin Berdasarkan Pengeluaran Saat Mengunjungi Dan Transportasi Yang Digunakan .....	91
4.8	Motivasi Wisatawan Pada Garis Kontinum .....	92
4.9	Motivasi Wisatawan Pada Garis Kontinum .....	98
4.10	Garis Kontinum Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu .....	98
4.11	Garis Kontinum Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu .....	108
4.12	Normal Probability Plot .....	110

