

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	 10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Konsep Pariwisata	10
2.1.2 Konsep <i>Promotions Mix</i>	11
2.1.2.1 Konsep <i>Promotions Mix</i> dalam <i>Sport Tourism Marketing</i>	10
2.1.2.2 Konsep <i>Sport marketing mix</i>	14
2.1.2.3 Konsep <i>Promotions mix</i>	17
2.1.2.4 Dimensi <i>Promotions mix</i>	18
2.1.3 Konsep <i>Sport Consumer Behavior</i>	19
2.1.3.1 Definisi <i>Sport consumer behavior</i>	19
2.1.3.2 Langkah-langkah pengambilan keputusan konsumen.....	19
2.1.3.3 Jenis-jenis <i>Sport Consumer</i>	20
2.1.4 Konsep <i>Sport Decision</i>	21

Firas Fahd Muhammad, 2015

PENGARUH PROMOTIONS MIX TERHADAP SPORT DECISION

DI D'GROOVE SPORT AND WELLNESS CENTER

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

2.1.4.1 Definisi <i>Sport decision</i>	21
2.1.4.2 Tipe-tipe <i>sport decision</i>	22
2.1.4.3 <i>Sport decision making process</i>	22
2.1.4.4 Indikator <i>sport decision</i>	23
2.1.5 Pengaruh <i>promotions mix</i> terhadap <i>sport decision</i>	24
2.1.6 Orisinalitas Penelitian	25
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Hipotesis	32
 BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODOLOGI PENELITIAN	 33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan	33
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	34
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	40
3.2.4.1 Populasi	40
3.2.4.2 Sampel	41
3.2.4.3 Teknik Sampling	42
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	44
3.2.6.1 Pengujian Validitas	44
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	48
3.2.7 Rancangan Analisis Data	50
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	50
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 55
4.1 Profil dan responden D'Groove Sport and Wellness Center	55

Firas Fahd Muhammad, 2015

PENGARUH PROMOTIONS MIX TERHADAP SPORT DECISION

DI D'GROOVE SPORT AND WELLNESS CENTER

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

4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	55
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	55
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	56
4.1.1.4 Pelaksanaan <i>promotions mix</i> dan <i>sport decision</i> responden	
Profil dan responden D’Groove Sport and Wellness Center	57
4.1.2 Karakteristik Responden	58
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	
.....	59
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	59
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan	
Pendidikan Terakhir	60
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan	
Penghasilan Perbulan.....	61
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	62
4.2 Tanggapan Responden mengenai <i>Promotions Mix</i>	63
4.2.1 Dimensi <i>Promotions Mix</i>	63
4.2.1.1 <i>Advertising</i>	63
4.2.1.2 <i>Personal selling</i>	64
4.2.1.3 <i>Sales promotion</i>	65
4.2.2 <i>Promotions Mix</i>	68
4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Sport Decision</i> di D’Groove Sport and	
Wellness Center.....	70
4.3.1. <i>Physical Surroundings</i>	70
4.3.2. <i>Social Surrroundings</i>	71
4.3.3. <i>Time</i>	72
4.3.4. <i>Reason for Participations</i>	73
4.3.5. <i>Antecedent States</i>	74
4.3.6. Rekapitulasi Indikator Sport Decision D’Groove Sport and	
Wellness Center.....	75

4.4 <i>Sport Decision</i>	76
4.5 Pengaruh <i>Promotions Mix</i> Terhadap <i>Sport Decision</i> di D’Groove Sport and Wellness Center.....	78
4.5.1 Uji Normalitas	78
4.5.2 Transformasi Data menggunakan Rumus Log	79
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.5.4 Uji Linearitas	80
4.5.5 Uji Multikolinearitas	82
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	89
4.7.1 Temuan Bersifat Teoritik	89
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	89
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	55
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Aneka Ragam Wisata Olahraga Jawabarat	3
Tabel 1.2 Produk D’Groove Sport and Wellness Center	5
Tabel 1.3 Jumlah Member D’Groove Sport and Wellness Center	6
Tabel 1.4 Jumlah Non-Member D’Groove Sport and Wellness Center	5
Tabel 1.5 Bentuk Promosi Di D’Groove Sport and Wellness Center.....	6
Tabel 2.1 Definisi <i>Promotions Mix</i> Menurut Para Ahli	17
Tabel 2.2 Definisi <i>Sport Consumer Behavior</i>	20
Tabel 2.3 Orisinalitas Penelitian	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	40
Tabel 3.3 Jumlah Partisipan Non-Member yang berkunjung	41
Tabel 3.4 Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Kegiatan <i>Promotions Mix</i> D’Groove Sport and Wellness Center	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	59

Firas Fahd Muhammad, 2015

PENGARUH PROMOTIONS MIX TERHADAP SPORT DECISION

DI D’GROOVE SPORT AND WELLNESS CENTER

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

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Advertising</i>	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Personal Selling</i>	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Sales Promotions</i>	66
Tabel 4.10 Rekapitulasi Responden Terhadap <i>Promotions Mix</i> di D’Groove Sport and Wellness Center	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Physical Surroundings</i>	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Social Surroundings</i>	71
Tabel 4.13 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Time</i>	72
Tabel 4.14 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center Mengenai <i>Reason for Participations</i>	73

Tabel 4.15 Tanggapan Responden D’Groove Sport and Wellness Center	
Mengenai <i>Antecedent States</i>	74
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan REsponden Terhadap <i>Sport Decisions</i>	
D’Groove Sport and Wellness Center.....	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.18 Hasil Transformasi Data <i>Advertising</i>	79
Tabel 4.19 Hasil Transformasi Data <i>Personal Selling</i>	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.21 Hasil Uji Linearitas	81
Tabel 4.22 Hasil Uji Multi Kolinearitas.....	82
Tabel 4.23 Matrik Korelasi Antara Sub Variabel <i>Promotions Mix</i> dengan <i>Sport</i>	
<i>Decision</i> di D’Groove Sport and Wellness Center	83
Tabel 4.24 Korelasi dan Pengaruh Simultan.....	84
Tabel 4.25 Uji Anova.....	85
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	85
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	
<i>Promotions Mix</i> terhadap <i>Sport Decisions</i>	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Promotions Mix</i> terhadap <i>Sport Decision</i> di D’Groove Sport and Wellness Center	30
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian <i>Promotions Mix</i> terhadap <i>Sport Decision</i> di D’Groove Sport and Wellness Center.....	31
Gambar 3.1 Diagram Jalur Sub Hipotesis.....	51
Gambar 3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis X terhadap Y.....	52
Gambar 4.1 Variabel <i>Promotions Mix</i> Pada Garis Kontinum	69
Gambar 4.2 Variabel <i>Sport Decision</i> Pada Garis Kontinum	77
Gambar 4.3 Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis.....	86