

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Konsep Kepariwisata	12
2.1.1.1 Pengertian Pariwisata	12
2.1.1.2 Industri Pariwisata	14
2.1.1.3 Destinasi Pariwisata	16
2.1.1.4 Pemandian Air Panas Sebagai Wisata Tirta.....	17
2.1.2 Konsep Pemasaran Pariwisata	17
2.1.2.1 Pemasaran Destinasi.....	18
2.1.2.2 <i>Word of Mouth</i> Bagian Dari Bauran Promosi	19
2.1.2.3 <i>Word of Mouth</i>	25
2.1.2.4 Efektifitas dalam Penyampaian Pesan.....	27
2.1.2.5 Sarana WOM.....	29

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS
CIKUNDUL**

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

2.1.2.6 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	30
2.1.3 Konsep Keputusan Berkunjung	32
2.1.3.1 Perilaku Membeli Konsumen	34
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	36
2.1.3.3 Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan	37
2.1.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	39
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	41
2.1.6 Kerangka Pemikiran	43
2.1.7 Hipotesis	48

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 ... Metodologi Penelitian.....	50
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	51
3.2.1.1 Riset Deskriptif.....	51
3.2.1.2 Riset <i>Explanatory</i>	51
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	60
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	62
3.2.4.1 Populasi	62
3.2.4.2 Sampel	62
3.2.4.3 Teknik Sampel.....	63
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	64
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	64
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	68
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	69
3.2.7.1. Rancangan Analisis Data Deskriptif	71
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	71

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS
CIKUNDUL**

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

3.3 Pengujian Sub Hipotesis	77
-----------------------------------	----

BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil dan Wisatawan Pemandian Air Panas Cikundul	78
4.1.1 Profil Pemandian Air Panas Cikundul	78
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	78
4.1.1.2 Sejarah Singkat Pemandian Air Panas Cikundul.....	78
4.1.1.3 Produk Yang Ditawarkan	80
4.1.2 Profil Responden Pemandian Air Panas Cikundul.....	82
4.2 Tanggapan <i>Word of Mouth</i> dan Dimensinya.....	89
4.3 Tanggapan Keputusan Berkunjung dan Dimensinya	99
4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	107
4.5 Pembahasan	117
4.5.1 <i>Word of Mouth</i>	117
4.5.2 Keputusan Berkunjung.....	120
4.5.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul	122
4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	125
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	125
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	126

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	128
5.2 Rekomendasi	129

DAFTAR TABEL

1.1 Perkembangan WISNUS dan WISMAN Tahun 2011-2013.....	2
1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Sukabumi Tahun 2011-2014.....	5
1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan di PAP Cikundul Tahun 2011-2014.....	6
2.1 Pengertian Pariwisata Menurut Para Ahli	12
2.2 Pengertian <i>Word of Mouth</i> Menurut Para Ahli	27
2.3 Pengertian Keputusan Berkunjung.....	32
2.4 Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan WOM dan Keputusan Berkunjung	41
3.1 Operasional Variabel.....	52
3.2 Jenis dan Sumber Data	61
3.3 Hasil Pengujian Validitas	67
3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	69
3.5 Skor Alternatif Jawaban.....	71
4.1 Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia Dengan Sumber Informasi Utama	82
4.2 Keterkaitan Pekerjaan dan Penghasilan dengan Sumber Informasi Utama	83
4.3 Keterkaitan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan dengan Sumber Informasi Utama.....	85
4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Talkers</i>	90
4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Topics</i>	93
4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tools</i>	95
4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Taking Part</i>	97
4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tracking</i>	99
4.9Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	102
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek	104

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS
CIKUNDUL**

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

4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur.....	105
4.12 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Kunjungan.....	107
4.13 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Kunjungan.....	108
4.14 Hasil Pengujian Normalitas	111
4.15 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	112
4.16 Hasil Pengujian Linearitas	113
4.17 Hasil Pengujian Asumsi Auto Korelasi.....	114
4.18 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	115
4.19 Output Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	115
4.20 Output ANOVA	116
4.21 Koefisien Regresi	117
4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i>	119
4.23 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung	123

DAFTAR GAMBAR

2.1 <i>Four P Components of TheMarketingMix</i>	20
2.2 <i>Buyer Readiness Stages</i>	22
2.3 Model Perilaku Konsumen.....	35
2.4 Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	38
2.5 Kerangka Pemikiran.....	47
2.6 Paradigma Penelitian.....	48
4.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Teman Berwisata	87
4.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	88
4.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan	89
4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengeluaran Wisata.....	90
4.5 Histogram <i>Dependent</i> Keputusan Berkunjung	111
4.6 Normal Probability Plots.....	111
4.7 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	113
4.8 Variabel <i>Word of Mouth</i> Pada Garis Kontinum.....	122
4.9 Variabel Keputusan Berkunjung Pada Garis Kontinum	125

Anggi Ismail Halili, 2015
*PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS
CIKUNDUL*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu