

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Konsep <i>Packaging</i>	16
2.1.1.1 Konsep <i>Packaging</i> dalam <i>Sport Tourism Marketing</i>	16
2.1.1.2 Definisi <i>Sport Product</i>	21
2.1.1.3 Definisi <i>Packaging</i>	22
2.1.1.4 Peranan <i>Packaging</i> Dalam Industri Pariwisata	23
2.1.1.5 Dimensi <i>Packaging</i>	25

2.1.2	Konsep Proses Keputusan Pembelian	34
2.1.2.1	Definisi Proses Keputusan Pembelian	36
2.1.2.2	Faktor Yang Mempengaruhi	37
2.1.2.3	Dimensi Proses Keputusan Pembelian.....	40
2.1.3	Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian ...	44
2.1.4	Orisinalitas Penelitian	45
2.2	Kerangka Pemikiran.....	49
2.3	Hipotesis	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	60
3.2	Metode Penelitian	61
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	61
3.2.1.1	Jenis Penelitian	61
3.2.1.2	Metodelogi yang digunakan.....	62
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	63
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	67
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	69
3.2.4.1	Populasi	69
3.2.4.2	Sampel	70
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	71
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	73
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	73
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	79

3.2.7 Rancangan Analisis Data	81
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	81
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	82

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Arus Liar	91
4.1.1 Profil Perusahaan	91
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	91
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan	93
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan	94
4.1.1.4 Pelaksanaan <i>Rafting Package</i> di Arus Liar	94
4.1.2 Karakteristik Wisatawan Arus Liar	95
4.1.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Paket <i>Rafting</i> yang dibeli	95
4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia	97
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	99
4.1.2.4 Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Asal Daerah dan Penghasilan	100
4.1.2.5 Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Pengalaman Pembelian Paket dan Alasan Pembelian	102
4.1.2.6 Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Waktu yang digunakan untuk <i>Rafting</i>	104

4.2	Pelaksanaan <i>Packaging</i> di Arus Liar	105
4.2.1	<i>Attraction or Demand Generator</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	105
4.2.2	<i>Value</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	107
4.2.3	<i>Planning and Coordination</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	109
4.2.4	<i>Consistent Quality and Compability Among Elements</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	110
4.2.5	<i>Distinctive Customer Benefit</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	112
4.2.6	<i>Cover All Details</i> dalam <i>Packaging</i> Arus Liar	114
4.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Packaging</i> <i>Rafting</i> Arus Liar	116
4.3	Proses Keputusan Pembelian Paket <i>Rafting</i> di Arus Liar	119
4.3.1	<i>Pre-Decision</i> Wisatawan Arus Liar	119
4.3.2	<i>Decision</i> Wisatawan Arus Liar	121
4.3.3	<i>Post Purchase Evaluation</i> Wisatawan Arus Liar	122
4.3.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket <i>Rafting</i> Arus Liar	124
4.4	Pengujian Hipotesis	126
4.4.1	Pengaruh <i>Packaging</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket <i>Rafting</i> Arus Liar	126
4.5	Implikasi dan Hasil Temuan Penelitian	135
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	135
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	136

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	138
5.2 Rekomendasi	139

DAFTAR PUSTAKA	142
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Hal.
1.1	Peringkat Dunia <i>World Rafting Champions</i> Costa rica 2011	4
1.2	Jumlah <i>Tourism Operator Rafting</i> di Indonesia Tahun 2012	5
1.3	Sungai-sungai di Jawa Barat yang dioperasikan untuk <i>rafting</i>	6
1.4	Operator <i>Rafting</i> Sungai Citarik.....	8
1.5	Jumlah Wisatawan Pembeli Paket <i>Rafting</i> Arus Liar.....	9
1.6	<i>Strategic Marketing Planning</i> Arus Liar Tahun	10
1.7	Strategi Promosi Arus Liar Tahun	10
1.8	Paket Wisata <i>Rafting</i> ke Sungai Citarik Sukabumi	12
1.9	<i>One Stop Adventure Package</i> Arus Liar	12
2.1	Definisi <i>Sport Product</i> Menurut Para Ahli	21
2.2	Definisi <i>Packaging</i> Menurut Para Ahli	22
2.3	Definisi Proses Keputusan Pembelian	36
2.4	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan <i>Packaging</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	45
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	63
3.2	Jenis dan Sumber Data	68
3.3	Jumlah Pembeli Paket <i>Rafting</i> Arus Liar Tahun 2012.....	70
3.4	Teknik Pengumpulan Data	73
3.5	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	75
3.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	75

No.	Judul	Hal.
Tabel		
3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	80
3.9	Alternatif Jawaban Menurut Skala Linkert	82
4.1	Jenis Wisatawan Pembeli Paket <i>Rafting</i> Arus Liar	95
4.2	Karakteristik wisatawan Arus Liar dilihat dari jenis kelamin dan usia	97
4.3	Karakteristik wisatawan Arus Liar dilihat dari pendidikan terakhir dan pekerjaan wisatawan	99
4.4	Karakteristik wisatawan Arus Liar dilihat dari Asal Daerah dan Penghasilan Wisatawan	101
4.5	Karakteristik wisatawan Arus Liar dilihat dari Pengalaman dan Alasan Pembelian Wisatawan	102
4.6	Karakteristik wisatawan Arus Liar dilihat Dari Waktu yang digunakan Untuk <i>Rafting</i>	104
4.7	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Attraction Or Demand Generator</i>	105
4.8	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Value</i>	107
4.9	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Planning And Coordination</i>	109
4.10	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Consistent Quality And Compatibility Among Elements</i>	110
4.11	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Distinctive Customer Benefit</i> ...	113
4.12	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Cover All Details</i>	115
4.13	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Packaging Rafting</i> Arus Liar	116
4.14	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Pre-Decision</i>	119
4.15	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Decision</i>	121
4.16	Tanggapan Wisatawan Arus Liar Terhadap <i>Post Purcase Evaluation</i>	123
4.17	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Packaging Rafting</i> Arus Liar	124

No.	Judul	Hal.
4.18	Matrik Korelasi Antara Sub Variabel <i>Packaging</i> dengan Proses Keputusan Pembelian Paket <i>Rafting</i> Arus Liar	127
4.19	Uji Anova (Uji F)	128
4.20	Koefisien Model	129
4.21	Hasil pengujian koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung <i>packaging</i> terhadap proses keputusan pembelian wisatawan arus liar setelah dilakukan proses <i>trimming</i>	133



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Hal.
1.1	<i>Market Share</i> Operator <i>Rafting</i> Sungai Citarik Sukabumi 2011	8
2.1	Kontekstual Wisata Olahraga.....	17
2.2	Model Perilaku Pembeli	35
2.3	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan	37
2.4	Kerangka Pemikiran <i>Packaging</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	56
2.5	Paradigma Penelitian <i>Packaging</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	57
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y.....	84
3.2	Diagram Jalur Hipotesis	85
3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis	85
4.1	Jenis Paket <i>Rafting</i> Arus Liar	97
4.2	Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia	98
4.3	Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Terakhir dan Pekerjaan Wisatawan	100
4.4	Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Asal Daerah dan Penghasilan	102
4.5	Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Pengalaman dan Alasan Pembelian Wisatawan	103
4.6	Karakteristik Wisatawan Arus Liar dilihat dari Waktu Yang digunakan Untuk <i>Rafting</i>	104
4.7	Variabel <i>Packaging</i> pada Garis Kontinum	118
4.8	Proses Keputusan Pembelian Arus Liar pada Garis Kontinum	126
4.9	Diagram jalur pengujian hipotesis <i>packaging</i> terhadap proses keputusan pembelian setelah dilakukan proses <i>trimming</i>	131