

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep Pariwisata.....	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	15
2.1.2.1 Kualitas Produk Wisata Bagian dari Pemasaran.....	15
2.1.2.2 Konsep Produk Wisata.....	22
2.1.2.3 Klasifikasi Produk Wisata.....	24

Budi Akhmad Romdoni, 2013

Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pakuhaji (survey pada wisatawan yang berkunjung ke Pakuhaji)

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

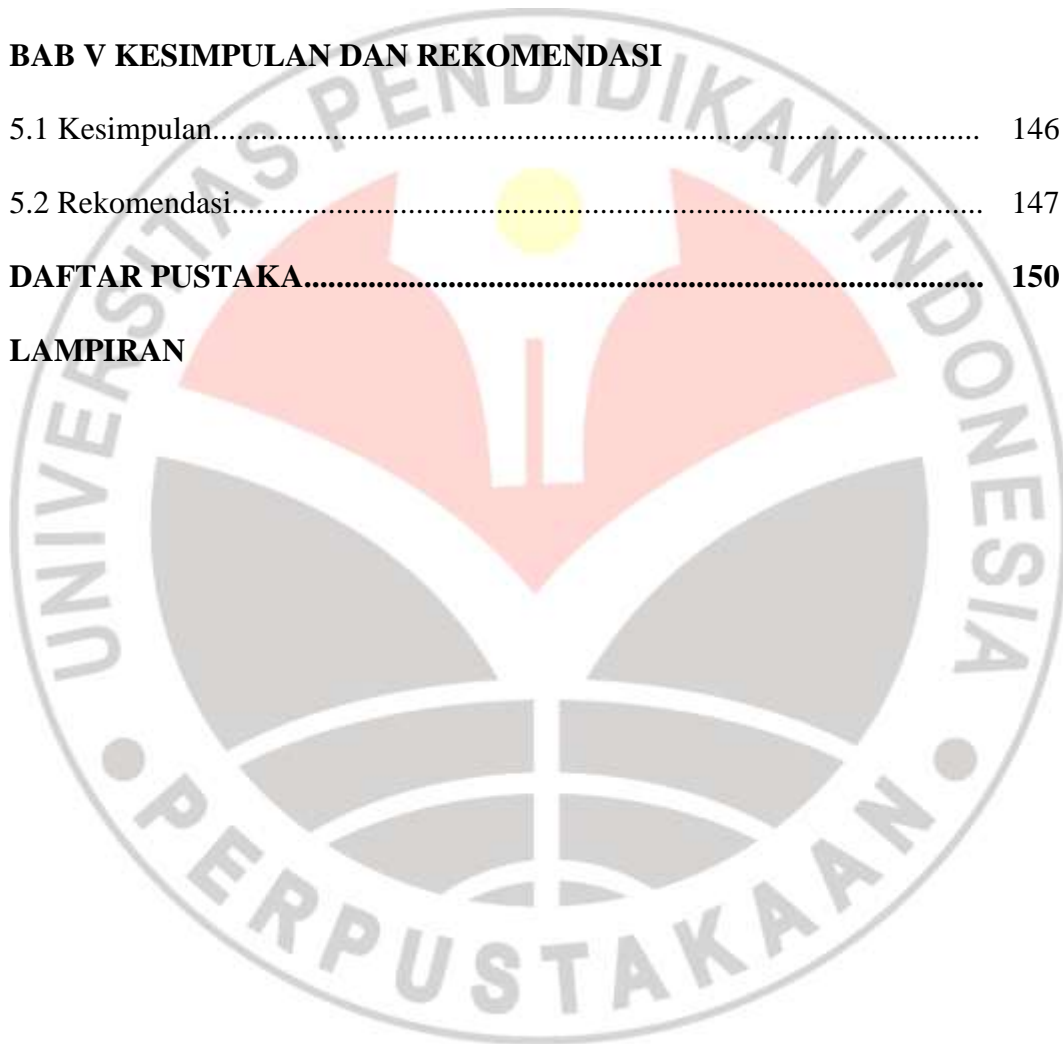
2.1.2.4 Pengertian Kualitas Produk Wisata.....	26
2.1.2.5 Dimensi Kualitas Produk Wisata.....	28
2.1.3 Keputusan Berkunjung.....	32
2.1.3.1 Definisi Keputusan Berkunjung.....	32
2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Berkunjung.....	35
2.1.3.3 Tipe-tipe Keputusan Berkunjung.....	39
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	39
2.1.4 Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di PakuHaji.....	43
2.1.5 Orisinilitas Penelitian.....	45
2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
2.3 Hipotesis.....	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	59
3.2 Metode Penelitian.....	60
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	60
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	62
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	66
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	68
3.2.4.1 Populasi.....	68
3.2.4.2 Sampel.....	69
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	71

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas serta Reliabilitas.....	73
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	73
3.2.6.2 Reliabilitas.....	77
3.3 Rancangan Analisis Data.....	79
3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	79
3.3.2 Rancangan analisis Verifikatif.....	80
3.3.2.1 Uji asumsi Regresi.....	84
3.4 Pengujian Hipotesis.....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Pengunjung Wisata Pakuhaji.....	89
4.1.1 Profil Perusahaan Wisata Pakuhaji.....	89
4.1.1.1 Identitas Perusahaan Wisata Pakuhaji.....	89
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan Savoy Homann Bidakara Hotel....	91
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan Wisata Pakuhaji.....	92
4.1.2 Profil Karakteristik Pengunjung PakuHaji.....	94
4.1.2.1 Karakteristik Pengunjung PakuHaji Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	94
4.1.2.2 Karakteristik Pengunjung PakuHaji Berdasarkan Usia dan Status	95
4.1.2.3 Karakteristik Pengunjung PakuHaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	97

4.1.2.4 Karakteristik Pengunjung PakuHaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	99
4.1.3 Pengalaman Responden PakuHaji.....	100
4.1.3.1 Pengalaman Responden PakuHaji Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	100
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	102
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis <i>OutBound</i> Yang Sering Digunakan.....	103
4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Darimana Mengetahui Informasi Mengenai Pakuhaji.....	104
4.1.3.5 Pengalaman Responden Berdasarkan <i>OutBound</i> Pesaing Pakuhaji	106
4.2 Pelaksanaan dan Gambaran Kualitas Produk Wisata PakuHaji.....	106
4.2.1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Atraksi di PakuHaji.....	107
4.2.2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Informasi Di Pakuhaji.....	109
4.2.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap Fasilitas Umum Di Pakuhaji.....	110
4.2.4 Tanggapan Pengunjung Terhadap Sumber Daya manusia(SDM) di Pakuhaji.....	112

4.2.5 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pelayanan Di Pakuhaji.....	113
4.2.6 Tanggapan Pengunjung Terhadap Kebersihan Di Pakuhaji.....	115
4.2.7 Tanggapan Pengunjung Terhadap Aksesibilitas Di Pakuhaji.....	116
4.2.8 Rekapitulasi Total Skor Kualitas Produk Wisats.....	117
4.3 Gambaran Keputusan Berkunjung di PakuHaji.....	120
4.3.1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pilihan Produk atau Jasa.....	121
4.3.2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Brand(merek).....	122
4.3.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap Waktu Pembelian Atau Berkunjung Di Pakuhaji.....	123
4.3.4 Rekapitulasi Total Skor Keputusan Berkunjung.....	125
4.4 Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di PakuHaji.....	127
4.4.1 Hasil Uji Asumsi.....	128
4.4.1.1 Pengujian Asumsi Regresi.....	128
4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Sub Variabel.....	132
4.4.1.3 Koefisien Korelasi dan koefisien Determinasi.....	137
4.4.1.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	138
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	139

4.4.1.6 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Paku haji.....	141
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	142
4.5.1 Temuan yang Bersifat Teoritik.....	142
4.5.2 Temuan yang Bersifat Empirik.....	144
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Rekomendasi.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
Tabel 1.1	Data Kunjungan Wisatawan Domestik maupun Mancanegara Ke JawaBarat Tahun 2009-2011	2
Tabel 1.2	Data Potensi Daya Tarik Wisata Di Provinsi Jawa Barat.....	3
Tabel 1.3	Tingkat Kunjungan OutBound Kabupaten Bandung Barat Tahun 2009-2011	6
Tabel 1.4	Tingkat Kunjungan Wisatawan ke PakuHaji Tahun 2006-2011..	7
Table 1.5	Strategi Pemasaran Pakuhaji	8
Tabel 2.1	Definisi Bauran Pemasaran Menurut Para Ahli	21
Tabel 2.2	Perbedaan Sifat Dan Ciri Produk Barang Dan Produk Wisata...	26
Tabel 2.3	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli	33
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Kualitas Produk dan Keputusan Berkunjung	45
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	62
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	68
Tabel 3.3	Jumlah Populasi Wisatawan PakuHaji Tahun 2011.....	69
Tabel 3.4	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	75
Table 3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Produk dan Keputusan Berkunjung.....	75
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Produk Wisata dan Keputusan Berkunjung Pakuhaji.....	79

Tabel 4.1	Wahana di Wisata Pakuhaji.....	92
Tabel 4.2	Karakteristik karakteristik pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Jenis Kelamin dan usia.....	94
Tabel 4.3	Karakteristik karakteristik pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Usia dan Status.....	96
Tabel 4.4	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	97
Tabel 4.5	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	99
Tabel 4.6	Data Pengalaman Responden Menunjungi Pakuhaji.....	100
Tabel 4.7	Data Pengalaman Pengeluaran Selama Berkunjung di Pakuhaji	102
Tabel 4.8	Data Pengalaman Responden Jenis Outbound yang Sering Digunakan di Pakuhaji.....	103
Tabel 4.9	Data Pengalaman Responden Informasi Mengenai Pakuhaji...	104
Tabel 4.10	Data Pengalaman Responden outbound Pesaing Pakuhaji.....	106
Tabel 4.11	Tanggapan Pengunjung Terhadap Atraksi Pakuhaji.....	108
Tabel 4.12	Tanggapan Pengunjung Terhadap Informasi Pakuhaji.....	109
Tabel 4.13	Tanggapan Pengunjung Terhadap Fasilitas Umum Pakuhaji...	111
Tabel 4.14	Tanggapan Pengunjung Terhadap Sumber Daya Pakuhaji.....	112
Tabel 4.15	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pelayanan Pakuhaji.....	114
Tabel 4.16	Tanggapan Pengunjung Terhadap Kebersihan Pakuhaji.....	115
Tabel 4.17	Tanggapan Pengunjung Terhadap Aksesibilitas Pakuhaji.....	116
Tabel 4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Pakuhaji.....	118

Tabel 4.19	Penilaian Terhadap Pilihan Produk Atau Jasa.....	121
Tabel 4.20	Penilaian Terhadap Dimensi Pemilihan Merek.....	122
Tabel 4.21	Penilaian Terhadap Waktu Pembelian atau Berkunjung.....	124
Tabel 4.22	Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Di Paku Haji.....	125
Tabel 4.23	Hasil Uji Multikolinieritas.....	132
Tabel 4.24	Matrik Korelasi Antar Sub Variabel Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung.....	133
Tabel 4.25	Output Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Pakuhaji.....	137
Tabel 4.26	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan....	138
Tabel 4.27	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	139

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
Gambar 2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berkunjung	37
Gambar 2.2	Proses Keputusan Berkunjung	40
Gambar 2.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kuda, Warung Liwet dan <i>OutBound</i> PakuHaji.....	55
Gambar 2.4	Paradigma Penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Kuda, Warung Liwet dan <i>OutBound</i> PakuHaji	56
Gambar 3.1	Regresi Berganda.....	84
Gambar 4.1	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	95
Gambar 4.2	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Jenis Usia dan Status.....	97
Gambar 4.3	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	98
Gambar 4.4	Karakteristik Pengunjung Pakuhaji Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	100
Gambar 4.5	Data Pengalaman Responden Menunjungi Pakuhaji.....	101
Gambar 4.6	Data Pengalaman Pengeluaran Selama Berkunjung di PakuHaji.....	103

Gambar 4.7	Data Pengalaman Responden Jenis Outbound yang Sering Digunakan di Pakuhaji.....	104
Gambar 4.8	Data Pengalaman Responden Informasi Mengenai Pakuhaji.	105
Gambar 4.9	Data Pengalaman Responden outbound Pesaing Pakuhaji.....	107
Gambar 4.10	Histogram Keputusan Berkunjung.....	129
Gambar 4.11	Normal Probability Plot.....	130
Gambar 4.12	Hasil Uji Heterokedasititas.....	131

