

DAFTAR ISI

ABSTRAK ...	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Konsep Pariwisata.....	11
2.1.2 Produk Wisata Sebagai Bagian Dari Pemasaran	12
2.1.2.1 Konsep Produk Wisata	19
2.1.2.3 Pengertian Kualitas Produk Wisata.....	21
2.1.2.4 Dimensi Kualitas Produk Wisata.....	22
2.1.3 Keputusan Berkunjung.....	25
2.1.3.1 Definisi Keputusan Berkunjung	25
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berkunjung	26
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	32
2.1.3.3 Tipe-Tipe Keputusan Berkunjung	34
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	35
2.1.4 Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman RekreasiSelabintana.....	37
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.3 Hipotesis.....	45
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	49
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	56
3.2.4.1 Populasi	56

Ni putu ayu puspa lestari, 2015

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS . PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN
REKREASI SELABINTANG**

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

3.2.4.2 Sampel	56
3.2.4.3 Teknik Sampling	58
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	59
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	59
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	63
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	65
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	65
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	66
3.2.7.3 Regresi Berganda	63
3.3 Pengujian Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Responden.....	73
4.1.1 Profil Perusahaan	73
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	73
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	73
4.1.1.3 Produk dan Jasa Yang Ditawarkan.....	74
4.1.2 Profil Responden Taman Rekreasi Selabintana.....	74
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	74
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Penghasilan	75
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Asal Tinggal	76
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Responden.....	77
4.1.2.4.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	77
4.1.2.4.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Keputusan Berkunjung	77
4.1.2.4.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	78
4.1.2.4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung.....	79
4.1.2.4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Keputusan Untuk Berkunjung Kembali	80
4.2 Pelaksanaan Kualitas Produk Wisata di Taman Rekreasi Selabintana	81
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Security</i> Taman Rekreasi Selabintana	81
4.2.2 Tanggapan responden Terhadap <i>Avalilability of Tourist Information</i> Taman Rekreasi Selabintana	82
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Cleanliness and Tidiness</i> Taman Rekreasi Selabintana	84
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Authenticity of Environment</i> Taman Rekreasi Selabintana	85
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Variety of Facilities and Attractions</i> Taman Rekreasi Selabintana	86

4.2.6 Rekapitulasi DIMensi Kualitas Produk Wisata Taman Rekreasi Selabintana	88
4.3 Keputusan Berkunjung Taman Rekreasi Selabintana	91
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk Taman Rekreasi Selabintana	91
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek Taman Rekreasi Selabintana	92
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur Taman Rekreasi Selabintana	93
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian di Taman Rekreasi Selabintana	94
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian Tiket Taman Rekreasi Selabintana	95
4.3.6 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran di Taman Rekreasi Selabintana	97
4.3.7 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Berkunjung Taman Rekreasi Selabintana	98
4.4 Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana	99
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi.....	100
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	100
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	102
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	102
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	103
4.4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	104
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	105
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji f).....	106
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	106
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung	109
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	109
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	109
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Rekomendasi.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2010-2014	2
Tabel 1.2	Jumlah Objek Wisata dan Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata di Jawa Barat Tahun 2012	3
Tabel 1.3	Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Taman Rekreasi Selabintana Kabupaten Sukabumi Tahun 2012-2014	5
Tabel 1.4	Strategi Pemasaran Taman Rekreasi Selabintana Kabupaten Sukabumi.....	6
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli	13
Tabel 2.2	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Para Ahli.....	25
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan Dengan Kualitas Produk Wisata dan Proses Keputusan Berkunjung.....	39
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	55
Tabel 3.3	Interpretasi Nilai r	60
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	61
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	65
Tabel 3.6	Koefisien Korelasi.....	70
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	74
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Penghasilan.....	75
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Asal Tinggal.....	76
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Security</i> Taman Rekreasi Selabintana	81
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Availability of Tourist Information</i> Taman Rekreasi Selabintana.....	82
Tabel 4.6	Tanggapan responden Terhadap <i>Cleanliness and Tidiness</i> Taman Rekreasi Selabintana	84
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Authenticity of Environment</i> Taman Rekreasi Selabintana.....	85
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Variety of Facilities and attractions</i> Taman Rekreasi Selabintana	87
Tabel 4.9	Rekapitulasi Dimensi Kualitas Produk Wisata Taman Rekreasi Selabintana	88
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk Taman Rekreasi Selabintana	91
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek Taman Rekreasi Selabintana	92

Ni putu ayu puspa lestari, 2015

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS . PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN REKREASI SELABINTANG

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

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur Taman Rekreasi Selabintana	93
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian Tiket di Taman Rekreasi Selabintana	94
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian Tiket di Taman Rekreasi Selabintana	96
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran Tiket Masuk di Taman Rekreasi Selabintana	97
Tabel 4.16 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana	98
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov	101
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	102
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	103
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	103
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Asumsi Multilinearitas	104
Tabel 4.22 Output Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana	105
Tabel 4.23 Output ANNOVA	106
Tabel 4.24 Koefisien Regresi	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen 7P dalam Bauran Pemasaran untuk Produk Jasa.....	15
Gambar 2.2	Komponen 8P dalam Bauran Pemasaran	16
Gambar 2.3	Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
Gambar 2.4	Model Perilaku Pembeli	30
Gambar 2.5	Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	35
Gambar 2.6	Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana.....	44
Gambar 2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana	45
Gambar 3.1	Regresi Berganda	68
Gambar 4.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	77
Gambar 4.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Keputusan Berkunjung.....	78
Gambar 4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	79
Gambar 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung.....	79
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Keputusan untuk Berkunjung Kembali.....	80
Gambar 4.7	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Wisata Taman Rekreasi Selabintana.....	90
Gambar 4.8	Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana.....	99
Gambar 4.9	Histogram Dependent variabel Keputusan Berkunjung di Taman Rekreasi Selabintana.....	100
Gambar 4.10	Normal <i>Probability Plots</i>	101