

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep Kepariwisata	18
2.1.1.1 Konsep dan Teori Pariwisata	18
2.1.1.2 Konsep dan Teori Wisatawan	20
2.1.1.3 Konsep dan Teori Daya Tarik Wisata	22
2.1.1.4 Saung Angklung Udjo Sebagai Daya Tarik Wisata	23
2.1.2 <i>Customer Value</i>	24
2.1.2.1 <i>Customer Value</i> Bagian dari Bauran Pemasaran	24
2.1.2.2 Definisi <i>Customer Value</i>	29
2.1.2.3 Ciri dan Karakteristik <i>Customer Value</i>	31
2.1.2.4 Tipe Pelanggan	34
2.1.2.5 Dimensi <i>Customer Value</i>	35
2.1.3 Kepuasan	37
2.1.3.1 Definisi Kepuasan	37
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	39
2.1.3.3 Mengukur Kepuasan	43
2.1.3.4 Dimensi Kepuasan	45
2.1.4 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan	48
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	49
2.2 Kerangka Pemikiran	55
2.3 Hipotesis	58

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian.....	59
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	59
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	61
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	67
3.2.4.1 Populasi	67
3.2.4.2 Sampel	68
3.2.4.3 Teknik Sampel	70
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas	73
3.2.6.1 Pengujian Validitas	73
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	77
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	79
3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif	79
3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif	80
3.2.8 Rancangan Analisis Regresi Sederhana.....	81
3.2.9 Pengujian Hipotesis.....	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan Saung Angklung Udjo.....	85
4.1.1 Profil Perusahaan Saung Angklung Udjo.....	85
4.1.1.1 Identitas Perusahaan Saung Angklung Udjo	85
4.1.1.2 Struktur Organisasi Saung Angklung Udjo	86
4.1.1.3 Sejarah Perusahaan Saung Angklung Udjo	87
4.1.1.4 Produk dan Jasa yang Ditawarkan Saung Angklung Udjo	88
4.1.2 Profil Wisatawan Saung Angklung Udjo.....	92
4.1.2.1 Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin, Status dan Usia	92
4.1.2.2 Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	94
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	96
4.1.2.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Datang ke Saung Angklung Udjo	98

Sri Martina Intan Permatasari Hassan, 2013

Pengaruh Customer Value Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Saung Angklung Udjo (Survei terhadap Wisatawan Nusantara Individu di Saung Angklung Udjo)

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

4.1.2.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Waktu Berkunjung ke Saung Angklung Udjo.....	99
4.1.2.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sesi Pertunjukan	101
4.1.2.7 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung	102
4.2 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Customer Value</i>	103
4.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Kepuasan Berkunjung ke Saung Angklung Udjo	107
4.4 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Berkunjung ke Saung Angklung Udjo	110
4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Regresi.....	110
4.4.1.1 Uji Asumsi Normalitas	110
4.4.1.2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas	112
4.4.1.3 Hasil Uji Asumsi Multikolerasi.....	113
4.4.1.4 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	115
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi.....	115
4.4.1.6 Model Persamaan Regresi Linear Sederhana Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan	117
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	117
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	117
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris	119
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Rekomendasi	121
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Rekapitulasi Wisatawan Nusantara Tahun 2007 – 2012	4
1.2	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006-2012	5
1.3	Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung	6
1.4	Daftar Tempat Wisata Galery Seni Budaya di Bandung..	7
1.5	Fasilitas Saung Angklung Udjo	9
1.6	Data Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo....	10
1.7	Hasil Pra-Penelitian Kepuasan Wisatawan di Saung Angklung Udjo	12
1.8	Strategi Pemasaran Saung Angklung Udjo.....	14
2.1	Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli	24
2.2	Definisi Bauran Pemasaran Menurut Para Ahli	27
2.3	Definisi <i>Customer Value</i> Menurut Para Ahli	30
2.4	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Masalah Penelitian	50
3.1	Operasional Variabel.....	61
3.2	Jenis dan Sumber Data	66
3.3	Koefisien Korelasi	74
3.4	Hasil Pengujian Validitas Instrument Penelitian	74
3.5	Hasil Pengujian Realibilitas Instrument Penelitian	79
4.1	Produk Pertunjukan Saung Angklung Udjo	89
4.2	Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin, Status dan Usia	93
4.3	Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	95
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	96
4.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Datang ke Saung Angklung Udjo	98
4.6	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Waktu yang Dipilih Saat Berkunjung	100
4.7	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Sesi Pertunjukan	101
4.8	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung	102
4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Customer Value</i>	104

4.10	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kepuasan	107
4.11	Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas	114
4.12	Hasil Analisis <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan.....	115
4.13	<i>Output</i> Koefisien Regresi.....	116



DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Perbandingan Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2011-2012	3
1.2	SOP Pengunjung Saung Angklung Udjo.....	11
1.3	Interval Pra-Penelitian	12
2.1	<i>Determinant of Customer-Perceived Value</i>	37
2.2	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan di Saung Angklung Udjo	57
2.3	Paradigma Penelitian <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Wisatawan Saung Angklung Udjo.....	57
3.1	Struktur Kausal X dan Y	83
4.1	Struktur Organisasi Saung Angklung Udjo	87
4.2	Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin, Status dan Usia	94
4.3	Keterkaitan Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	96
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	98
4.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Datang ke Saung Angklung Udjo	99
4.6	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Waktu yang Dipilih Saat Berkunjung	100
4.7	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Sesi Pertunjukan	102
4.8	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung	103
4.9	<i>Normal Probability Plot</i>	111
4.10	<i>Histogram Dependent Variable</i> Kepuasan	112
4.11	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	113