

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN HAK CIPTA | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| UCAPAN TERIMAKASIH | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 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 | 11 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 11 |
| 2.1.1 Konsep <i>Creative Tourism</i> | 11 |
| 2.1.1.1 <i>Creative Tourism</i> sebagai Strategi Pemasaran | |
| Pariwisata | 11 |
| 2.1.1.2 Definisi <i>Creative Tourism</i> | 18 |
| 2.1.1.3 Dimensi <i>Creative Tourism</i> | 23 |
| 2.1.2 Konsep Motivasi Wisatawan | 24 |
| 2.1.2.1 Motivasi Wisatawan dalam Perilaku | 24 |
| 2.1.2.2 Definisi Motivasi Wisatawan | 25 |
| 2.1.2.3 Dimensi Motivasi Wisatawan..... | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.3 Konsep <i>Behavioral Intention</i> | 28 |
| 2.1.3.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i> | 29 |
| 2.1.3.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i> | 30 |
| 2.1.4 Pengaruh <i>Creative Tourism</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> Dengan Variabel Moderator Motivasi Wisatawan..... | 31 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 35 |
| 2.4 Hipotesis | 40 |
| BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN..... | 43 |
| 3.1 Objek Penelitian | 43 |
| 3.2 Metode Penelitian | 44 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan | 44 |
| 3.2.2 Operasional Variabel | 44 |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data | 48 |
| 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel | 50 |
| 3.2.4.1 Populasi..... | 50 |
| 3.2.4.2 Sampel..... | 50 |
| 3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel..... | 51 |
| 3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data..... | 53 |
| 3.2.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 55 |
| 3.2.6.1 Hasil Uji Validitas | 55 |
| 3.2.6.2 Hasil Uji Reliabilitas | 57 |
| 3.2.7 Rancangan Analisis Data..... | 59 |
| 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif..... | 59 |
| 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif..... | 60 |
| 3.2.8 Teknik Analisis Data | 61 |
| 3.2.8.1 Analisis Regresi Berganda <i>Dummy</i> | 61 |
| 3.2.8.2 Uji Asumsi..... | 62 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.8.3 Analisis Determinasi..... | 63 |
| 3.3 Pengujian Hipotesis | 64 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. | 67 |
| 4.1 Profil, Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan | 67 |
| 4.1.1 Profil Wisata Kampung Kreatif Kota Bandung..... | 67 |
| 4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Kampung Kreatif..... | 72 |
| 4.1.2.1 Keterkaitan Frekuensi dengan Kampung Kreatif yang Dikunjungi..... | 72 |
| 4.1.2.2 Keterkaitan Kampung Kreatif yang Dikunjungi dengan Jenis Kelamin..... | 74 |
| 4.1.2.3 Keterkaitan Kampung Kreatif yang Dikunjungi dengan Pendapatan..... | 75 |
| 4.1.2.4 Keterkaitan Kampung Kreatif yang Dikunjungi dengan Pekerjaan..... | 76 |
| 4.2 Gambaran <i>Creative Tourism</i> di Kampung Kreatif Kota Bandung..... | 76 |
| 4.2.1 Dimensi <i>Creative Tourism</i> | 78 |
| 4.2.1.1 <i>Creative Spectacles</i> | 78 |
| 4.2.1.2 <i>Creative Spaces</i> | 80 |
| 4.2.1.3 <i>Creative Tourism</i> | 81 |
| 4.3 Gambaran Motivasi Wisatawan di Kampung Kreatif Kota Bandung | 83 |
| 4.4 Gambaran <i>Behavioral Intention</i> di Kampung Kreatif Kota Bandung | 84 |
| 4.4.1 Dimensi <i>Behavioral Intention</i> | 86 |
| 4.4.1.1 <i>Willingness to Recommend</i> | 86 |
| 4.4.1.2 <i>Revisit Intention</i> | 88 |

| | |
|---|------------|
| 4.5 Pengaruh <i>Creative Tourism</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Melalui Motivasi Wisatawan di Kampung Kreatif Kota Bandung..... | 89 |
| 4.5.1 Hasil Pengujian Uji Asumsi | 90 |
| 4.5.2 Hasil Analisis Regresi Berganda <i>Dummy</i> | 93 |
| 4.5.2.1 Koefisien Determinasi | 93 |
| 4.5.2.2 Pengujian Model FIT ANOVA/Uji F..... | 95 |
| 4.5.2.3 Pengujian Hipotesis | 98 |
| 4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian..... | 97 |
| 4.6.1 Temuan yang Bersifat Teoritik..... | 97 |
| 4.6.2 Temuan yang Bersifat Empirik | 99 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 100 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 100 |
| 5.2 Saran | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| No. | JUDUL | Hal |
|-----|--|-----|
| 1.1 | Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bandung 2011-2014 | 3 |
| 2.1 | Definisi <i>Creative Tourism</i> Menurut Para Ahli | 21 |
| 2.2 | Definisi Motivasi Wisatawan Menurut Para Ahli..... | 26 |
| 2.3 | Definisi <i>Behavioral Intention</i> Menurut Para Ahli..... | 29 |
| 2.4 | Resume Hasil Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| 3.1 | Operasional Variabel..... | 45 |
| 3.2 | Jenis dan Sumber Data..... | 49 |
| 3.3 | Populasi penelitian..... | 50 |
| 3.4 | Pengukuran Skala dalam Penelitian..... | 54 |
| 3.5 | Hasil Pengujian Validitas | 56 |
| 3.6 | Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 59 |
| 3.7 | Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 63 |
| 4.1 | Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kampung Kreatif yang Dikunjungi | 73 |
| 4.2 | Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan dikaitkan dengan Kampung Kreatif yang Dikunjungi..... | 73 |
| 4.3 | Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kampung Kreatif yang dikunjungi Dikaitkan dengan Jenis Kelamin..... | 74 |

| | | |
|------|---|----|
| 4.4 | Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kampung Kreatif yang dikunjungi Dikaitkan dengan Pendapatan | 75 |
| 4.5 | Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan Dikaitkan dengan Kampung Kreatif yang Dikunjungi..... | 76 |
| 4.6 | Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Kampung Kreatif Terhadap <i>Creative Tourism</i> | 77 |
| 4.7 | Tanggapan Wisatawan Terhadap Dimensi <i>Creative Spectacles</i> | 79 |
| 4.8 | Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Creative Spaces</i> | 80 |
| 4.9 | Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Creative Tourism</i> | 81 |
| 4.10 | Motivasi Wisatawan di Kampung Kreatif Kota Bandung | 83 |
| 4.11 | Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 84 |
| 4.12 | Tanggapan Wisatawan Terhadap Dimensi <i>Willingness to Reccomend</i> | 86 |
| 4.13 | Tanggapan Wisatawan Terhadap Dimensi <i>Revisit Intention</i> | 88 |
| 4.14 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 93 |
| 4.15 | Hasil Koefisien Determinasi..... | 94 |
| 4.16 | Hasil Uji ANOVA..... | 95 |
| 4.17 | Hasil Uji Parsial (Uji t) | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| No | JUDUL | Hal |
|-----|---|-----|
| 1.1 | Presentase Wisnus yang Melakukan Kegiatan Wisata Belanja dan Wisata Alternatif Kampung Kreatif..... | 4 |
| 2.1 | Konteks Kreatifitas dalam Pariwisata | 19 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Creative Tourism</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Melalui Motivasi Wisatawan di Kampung Kreatif Kota Bandung | 38 |
| 2.3 | Paradigma Penelitian..... | 39 |
| 3.1 | Teknik Penarikan Sampling .. | 51 |
| 3.2 | Regresi Berganda <i>Dummy</i> | 63 |
| 4.1 | Garis Kontinum Variabel <i>Creative Tourism</i> | 78 |
| 4.2 | Garis Kontinum Variabel <i>Behavioral Intention</i> | 85 |
| 4.3 | Histogram Variabel <i>Behavioral Intention</i> | 90 |
| 4.4 | <i>Normal Probability Plot</i> | 91 |
| 4.5 | <i>Scatterplot</i> | 92 |