

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Konsep Pemasaran Pariwisata.....	9
2.1.1.1 Klasifikasi Jenis Usaha Pariwisata.....	14
2.1.1.2 Daya Tarik Wisata.....	14
2.1.1.3 Kawasan Wisata	14
2.1.2 Konsep Kualitas Produk Wisata	16
2.1.2.1 Teori Kualitas Produk Wisata	16
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk Wisata	19
2.1.3 Konsep Keputusan Berkunjung	20
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Berkunjung	20
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung. 22	

2.1.3.3	Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	28
2.1.3.4	Dimensi Keputusan Berkunjung	36
2.1.4	Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	37
2.1.5	Orisinalitas Penelitian	39
2.2	Kerangka Pemikiran.....	41
2.3	Hipotesis.....	48

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	49
3.2	Metodologi Penelitian	49
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	49
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	56
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	57
3.2.4.1	Populasi	57
3.2.4.2	Sampel.....	57
3.2.4.3	Teknik Sampling	58
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	60
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	60
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	65
3.2.7	Rancangan Analisis Data	66
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	66
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif	66
3.2.7.3	Pengujian Hipotesis.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Mega Wisata Icahan dan Profil Wisatawan Mega Wisata Icahan	72
-----	---	----

4.1.1	Profil Mega Wisata Icahan.....	72
4.1.2	Profil Wisatawan Mega Wisata Icahan	72
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	73
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	74
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	75
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung ke Mega Wisata Icahan	76
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Berkunjung ke Mega Wisata Icahan.....	77
4.1.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan untuk Berkunjung ke Mega Wisata Icahan ...	78
4.1.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Objek Tujuan Utama Berkunjung ke Mega Wisata Icahan	78
4.2	Gambaran Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan	79
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Destinasi di Mega Wisata Icahan.....	79
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Atraksi Wisata di Mega Wisata Icahan.....	81
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Sarana Pendukung di Mega Wisata Icahan.....	82
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Aksesibilitas di Mega Wisata Icahan	85
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan.....	86
4.3	Gambaran Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan	88

4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	88
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Menginap Berdasarkan Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)	90
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan (<i>Purchase Timing</i>)	91
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>)	93
4.3.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Di Mega Wisata Icahan	93
4.4	Pengujian Hipotesis.....	95
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.1.1	Uji Normalitas	95
4.4.1.2	Uji Heteroskedasitas	97
4.4.1.3	Uji Linieritas Data	98
4.4.1.4	Uji Autokorelasi	100
4.4.1.5	Uji Multikolinearitas	100
4.4.2	Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi	101
4.4.3	Uji Secara Simultan (Uji f)	102
4.4.4	Uji Secara Parsial (Uji t)	103
4.4.5	Model Persamaan Regresi Linear Berganda Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung	105
4.5	Implikasi Hasil Penelitian	105
4.5.1	Temuan Bersifat Teoritik	105
4.5.2	Temuan Bersifat Empirik.....	106

BAB V HASIL KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1	Kesimpulan	108
5.2	Rekomendasi	109

DAFTAR GAMBAR

2.1	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.2	Model Perilaku Konsumen.....	26
2.3	Pengaruh Utama Dalam Perilaku Konsumen.....	27
2.4	Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan	29
2.5	Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan	32
2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.....	46
2.7	Paradigma Penelitian Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.....	47
3.1	Regresi Linier Berganda	69
4.1	Logo Icahan.....	72
4.2	Garis Kontinum Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan.....	88
4.3	Garis Kontinum Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan.....	95
4.4	Histogram Variabel Terikat Keputusan Berkunjung.....	96
4.5	<i>Normal Probability Plot</i>	96
4.6	<i>Scatterplot</i>	98

DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Kedatangan Wisatawan Ke Kabupaten Ciamis tahun 2010-2014....	2
1.2	Jumlah Kedatangan Wisatawan Ke Mega Wisata Icahan Tahun 2010 – 2014.....	4
2.1	Konsep yang Berhubungan Dengan Pariwisata	9
2.2	Definisi Produk Wisata Menurut Para Ahli	17
2.3	Pengertian Keputusan Berkunjung Yang Diadaptasi Dari Keputusan Pembelian Menurut Para Ahli.....	21
2.4	Resume Hasil Penelitian Terdahulu	39
3.1	Operasional Variabel.....	51
3.2	Jenis Dan Sumber Data	57
3.3	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	59
3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	61
3.5	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk Wisata dan Keputusan Berkunjung.....	62
3.6	Hasil Pengujian Realibilitas Kualitas Produk Wisata dan Keputusan Berkunjung.....	66
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	73
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	74
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	75
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung	77
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Berkunjung.....	78
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan	78
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Objek yang Menjadi Tujuan Utama Berkunjung.....	79
4.9	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Destinasi di Mega Wisata Icahan.	80

4.10	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Atraksi Wisata di Mega Wisata Icakan	81
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Sarana Pendukung di Mega Wisata Icakan	83
4.12	Tanggapan Responden Mengenai Mutu Aksesibilitas di Mega Wisata Icakan	85
4.13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icakan	86
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	89
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)	90
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)	91
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Kunjungan (<i>Purchase Amount</i>)	93
4.18	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icakan	94
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov ...	97
4.20	Hasil Pengujian Asummsi Linieritas	98
4.21	Hasil Uji Autokorelasi	100
4.22	Hasil Uji Multikorelalitas	101
4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi	102
4.24	Hasil Uji Simultan (Uji f)	103
4.25	Hasil Uji Parsial (Uji t)	104