

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	vii
DATAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
BAB KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Konsep Media Iklan Dalam Kepariwisataaan.....	15
2.1.1.1 Media Iklan bagian dari Pemasaran Jasa.....	15
2.1.1.2 Media <i>Advertising</i> (Periklanan) bagian dari Promosi.....	20
2.1.1.3 Definisi <i>Advertising</i>	23
2.1.1.4 Tujuan <i>Advertising</i>	25
2.1.1.5 Hal-hal penting dalam periklanan.....	27
2.1.1.6 Tipe-tipe Periklanan.....	29
2.1.1.7 Definisi Media <i>Advertising</i>	31
2.1.1.8 Jenis-jenis Media <i>Advertising</i>	32
2.1.2 Periklanan Media Cetak Melalui Brosur.....	34

2.1.3 Keputusan Berkunjung.....	39
2.1.3.1 Tipe-tipe Keputusan Berkunjung.....	45
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	46
2.1.4 Pariwisata dan Wana Wisata.....	51
2.1.4.1 Definisi Pariwisata.....	51
2.1.4.2 Definisi Wana Wisata.....	51
2.1.5 Pengaruh Media Iklan brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	52
2.1.6 Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian..	55
2.2 Kerangka Penelitian.....	56
2.3 Hipotesis.....	69
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	71
3.2 Metode Penelitian.....	72
3.2.1 Sifat / Jenis penelitian dan Metode yang digunakan.....	72
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	72
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	77
3.2.3.1 Jenis Data.....	77
3.2.3.1 Sumber Data.....	77
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	78
3.2.4.1 Populasi.....	78
3.2.4.2 Sampel.....	78
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	80
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	82

3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	83
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	83
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	88
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data.....	88
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	90

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan dan Profil

Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	93
4.1.1 Profil Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	93
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	93
4.1.1.2 Sejarah Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	94
4.1.1.3 Produk dan Jasa Yang Ditawarkan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	94
4.1.2 Profil Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan....	94
4.1.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	95
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	96
4.1.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	98
4.1.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan.....	99
4.1.2.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah.....	99
4.1.3 Pengalaman Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	100
4.1.3.1 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berwisata....	100
4.1.3.2 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	101

4.1.3.3 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi....	102
4.1.3.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kegiatan.....	103
4.1.4 Gambaran Media Iklan Brosur di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	105
4.4.4.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap Jenis dan Ukuran Huruf Dalam Brosur.....	105
4.1.4.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Penggunaan Bahasa Yang digunakan Dalam Brosur.....	107
4.1.4.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Tulisan dan Gambar Pada Brosur.....	109
4.1.4.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap Warna Brosur.....	112
4.1.4.5 Tanggapan Wisatawan Terhadap Penyebaran Brosur.....	113
4.1.4.6 Tanggapan Wisatawan Terhadap Isi Brosur.....	115
4.1.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Gambaran..	117
4.1.6 Gambaran Keputusan Berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	120
4.1.6.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Wisata	120
4.1.6.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	123
4.1.6.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Saluran.....	125
4.1.6.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap Penentuan Waktu Berkunjung.....	127
4.1.6.5 Tanggapan Wisatawan Terhadap Jumlah Kunjungan.....	129
4.1.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Gambaran Keputusan Berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya	

Blanakan.....	131
4.2 Hasil Uji Asumsi Variabel	134
4.2.1 Pengujian Asumsi Regresi.....	134
4.2.1.1 Uji Asumsi Normalitas.....	134
4.2.1.2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	135
4.2.2 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	136
4.2.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	137
4.2.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....	137
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	140
4.4 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	141
4.4.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	141
4.4.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	143
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	144
5.2 Rekomendasi.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	xix
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
1.1	Statistik Kunjungan Wiisatawan di Indonesia Tahun 2001-2011.....	2
1.2	Rekapitulasi Wisatawan Nusantara di Indonesia Tahun 2008-2010.....	3
1.3	Data Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat Tahun 2007-2011.....	5
1.4	Data Kunjungan Wisatawan ke Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan Tahun 2007-2011.....	7
1.5	Data Kunjungan Wisatawan Usia Dewasa ke Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan Tahun 2007-2011.....	8
1.6	Media Iklan Yang digunakan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	11
2.1	Defisi Pemasaran Menurut Para Ahli.....	16
2.2	Definisi <i>Advertising</i> Menurut Beberapa Ahli.....	24
2.3	Tujuan Periklanan.....	25
2.4	Definisi Media Menurut Beberapa Ahli.....	31
2.5	Jenis-Jenis Media Periklanan.....	33
2.6	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung.....	55
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	73
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	78

3.3	Teknik pengumpulan Data.....	82
3.4	Hasil Pengujian Validitas.....	85
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	88
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	89
4.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	96
4.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	97
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	98
4.5	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Penghasilan.....	99
4.6	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah.....	100
4.7	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berwisata.....	101
4.8	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	102
4.9	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi.....	103
4.10	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kegiatan.....	104
4.11	Tanggapan Wisatawan terhadap Jenis Huruf Yang digunakan Pada Brosur.....	105
4.12	Tanggapan Wisatawan terhadap Ukuran dan Jenis Huruf Yang digunakan Pada Brosur.....	106

4.13	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemudahan Dalam Membaca Brosur.....	107
4.14	Tanggapan Wisatawan terhadap Pemahaman Bahasa Yang digunakan Dalam Brosur.....	108
4.15	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesederhanaan Bahasa Yang digunakan.....	108
4.16	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemenarikan Gambar Yang dihasilkan.....	109
4.17	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesesuaian Gambar Yang ditampilkan.....	110
4.18	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemenarikan Tulisan Yang dibuat Pada Brosur.....	111
4.19	Tanggapan Wisatawan terhadap Kejelasan Tulisan Yang Tertera Dalam Brosur.....	111
4.20	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemenarikan Warna Yang digunakan Dalam Brosur.....	112
4.21	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesesuaian Warna Yang ditampilkan Pada Brosur.....	113
4.22	Tanggapan Wisatawan terhadap Kestrategisan Tempat Brosur disebarkan.....	114
4.23	Tanggapan Wisatawan terhadap Ketepatan Waktu.....	115
4.24	Tanggapan Wisatawan terhadap Kejelasan Informasi Yang ditampilkan Brosur.....	116
4.25	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemenarikan Isi Pesan Produk dan Jasa	116

4.26	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Media Iklan Brosur di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	117
4.27	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keunggulan Produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	120
4.28	Tanggapan Wisatawan terhadap Keberagaman Produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	121
4.29	Tanggapan Wisatawan terhadap Manfaat Produk Wisata Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	122
4.30	Tanggapan Wisatawan terhadap Daya Tarik Produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	123
4.31	Tanggapan Wisatawan terhadap Reputasi Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	124
4.32	Tanggapan Wisatawan terhadap Kepopularan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	124
4.33	Tanggapan Wisatawan terhadap Kestrategisan Lokasi Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	125
4.34	Tanggapan Wisatawan terhadap Kemudahan Akomodasi dalam Menjangkau Objek Wisata.....	126
4.35	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesempatan Berkunjung pada saat Liburan.....	127
4.36	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesempatan Berkunjung pada saat Acara Tertentu (<i>Event</i>)	128
4.37	Tanggapan Wisatawan terhadap Kesempatan Berkunjung pada saat Waktu Luang.....	129
4.38	Tanggapan Wisatawan terhadap Frekuensi Berkunjung.....	130

4.39	Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Sesuai dengan Kebutuhan.....	130
4.40	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	131
4.41	<i>Output</i> Pengaruh Media Iklan Brosur terhadap Keputusan Berkunjung	136
4.42	<i>Output</i> Anova.....	137
4.43	<i>Output</i> Koefisien Regresi	137



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Lima Tahap Keputusan Berkunjung.....	40
2.2	Tahapan Antara Evaluasi Alternatif Dengan Keputusan Berkunjung.....	43
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.....	67
2.4	Paradigma Penelitian.....	68
4.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	96
4.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	97
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	98
4.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan.....	99
4.6	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah.....	100
4.7	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berwisata.....	101
4.8	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	102
4.9	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi.....	103
4.10	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kegiatan.....	104

4.11	Media Iklan Brosur	119
4.12	Keputusan Berkunjung	133
4.13	<i>Normal Probability Plot</i>	134
4.14	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	135
4.15	Diagram Struktur Hipotesis.....	138
4.16	Diagram Struktur Hipotesis Signifikan.....	139

