

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Konsep <i>New Media</i>	10
2.1.1.1 Konsep <i>New Media</i> dalam <i>Sport Tourism Marketing</i>	10
2.1.1.2 Konsep <i>New Media Sport</i>	15
2.1.1.3 Definisi <i>New Media</i>	23
2.1.1.4 Dimensi <i>New Media</i>	21
2.1.2 Konsep <i>Sport Decision</i>	22
2.1.2.1 Definisi <i>Sport Decision</i>	22
2.1.2.2 Tipe-Tipe <i>Sport Decision</i>	23
2.1.2.3 <i>Sport Decision Making Procces</i>	24
2.1.2.4 Indikator <i>Sport Decision</i>	25
2.1.3 Pengaruh <i>New Media Sport Marketing</i> terhadap <i>Sport Deision</i>	26
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	27

2.1.5 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis	33
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	35
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	40
3.2.4.1 Populasi	40
3.2.4.2 Sampel	41
3.2.4.3 Teknik Sampling	42
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
3.2.6.1 Pengujian Validitas	43
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	48
3.2.7 Rancangan Analisis Data	50
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	50
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	50
3.3 Pengujian Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Profil dan Responden Palayangan Adventure Rafting River	55
4.1.1 Profil Perusahaan	55
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	55
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	56
4.1.1.3 Produk dan Jasa	56
4.1.1.4 Pelaksanaan <i>New Media</i> dan <i>Sport Decision</i>	58
4.1.2 Karakteristik Responden	59
4.1.2.1 Karakter Responden Menurut Usia dan Umur	60
4.1.2.2 Karakter Responden Menurut Asal Daerah	60

4.1.2.3 Karakter Responden Menurut Jenis Kelamin Dan Pendidikan.....	61
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan.....	62
4.1.2.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	63
4.1.2.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung....	64
4.1.2.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Transportasi.....	64
4.1.2.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Kunjungan Selain Ke Palayangan Adventure Rafting River.....	65
4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>New Media</i>	66
4.2.1 Dimensi – dimensi <i>New Media</i>	66
4.2.1.1 Customisation.....	66
4.2.1.2 <i>Modularity</i>	67
4.2.1.3 <i>Sticky Branding</i>	69
4.2.1.4 <i>Networked Communication</i>	70
4.2.2 <i>New Media</i>	73
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Sport Decision di Palayangan Adventure Rafting River.....	75
4.3.1 <i>Physical Surroundings</i>	75
4.3.2 <i>Social Surroundings</i>	76
4.3.3 <i>Time</i>	77
4.3.4 <i>Reason for Participations</i>	78
4.3.5 <i>Antecedent State</i>	80
4.3.6 Rekapitulasi Indikator Sport Decision Palayangan Adventure Rafting River.....	81
4.4 <i>Sport Decision</i>	82
4.5 Hasil Uji Asumsi.....	83
4.5.1 Uji Normalitas.....	85
4.5.2 Uji Gejala Heteroskedastisitas.....	85
4.5.3 Uji Gejala Multikolinieritas.....	86
4.5.4 Uji Gejala Autokorelasi.....	86

4.5.5 Uji Koefisien Determinasi R^2	87
4.5.6 Uji Keseluruhan Koefisien Regresi Secara Serempak.....	88
4.5.7 Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial.....	88
4.6 Model Persamaan Regresi Pengaruh New Media d Palayangan Adventure Rafting River terhadap Sport Decision.....	89
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	90
4.7.1 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	90
4.7.2 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94