

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR	xi
DAFTAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 <i>Islamic Attribute of Destination</i>	9
2.1.1.1 <i>Islamic Attribute of Destination</i> sebagai strategi pemasaran destinasi wisata.....	9
2.1.1.2 Konsep <i>Islamic Attribute of Destination</i>	12
2.1.1.3 Definisi <i>Islamic Attribute of Destination</i>	14
2.1.1.4 Dimensi <i>Islamic Attribute of Destination</i>	16
2.1.2 Keputusan Berkunjung	19
2.1.2.1 Konsep Keputusan Berkunjung	19
2.1.2.2 Definisi Keputusan Berkunjung	19
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung	21
2.1.2.4 Proses Keputusan Berkunjung.....	23
2.1.2.5 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	26
2.1.3 Pengaruh <i>Islamic Attribute of Destination</i> terhadap Keputusan Berkunjung	27
2.1.4 Penelitian Terdahulu	28
2.2 Kerangka Pemikiran	30
2.3 Hipotesis	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	37
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	40
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	44
3.2.4.1 Populasi	44
3.2.4.2 Sampel	45
3.2.4.3 Teknik Sampling	46
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	47
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	47
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	51
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	53
3.2.7.1 Teknik Analisis Data	53
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Kota Bandung dan Wisatawan MuslimMalaysia	61
4.1.1 Profil Kota Bandung	61
4.1.2 Sejarah Singkat Kota Bandung.....	61
4.1.3 Pariwisata Kota Bandung	62
4.1.4 Profil Responden Wisatawan Muslim Malaysia	63
4.1.4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	63
4.1.4.2 Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal dan Pekerjaan.....	64
4.1.4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Penghasilan ...	66
4.1.4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman.....	66
4.1.4.4.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	66
4.1.4.4.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung	68
4.1.4.4.3Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Kunjungan	69
4.1.4.4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Partner Berwisata	69
4.1.4.4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Pembelian PaketWisata .	70

4.2 Pelaksanaan <i>Islamic Attribute of Destination</i> di Kota Bandung	71
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Worship Facilities</i>	72
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Halalness</i>	74
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>general Islamic morality</i>	76
4.2.4 Rekapitulasi Dimensi <i>Islamic Attribute of Destination</i> di Kota Bandung	77
4.3 Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung	80
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk atau destinasi wisata	81
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur	84
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Kunjungan	86
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Kunjungan	86
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	87
4.3.7 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung	88
4.4 Pengaruh <i>Islamic Attribute of Destination</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung	89
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Analisis Jalur	89
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	89
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	92
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	92
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	93
4.4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	94
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	95
4.4.3 Pengaruh <i>Islamic Attribute of Destination</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	96
4.4.3.1 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	96
4.4.3.1 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	97
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	100
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	100
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	100
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Rekomendasi	103

DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN 107

DAFTAR TABEL

NO	JUDUL	HAL
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Malaysia ke Kota Bandung	5
2.1	Definisi <i>Islamic Attributes of Destination</i>	15
2.2	Definisi Keputusan Berkunjung	20
2.3	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2	Jenis dan Sumber Data	44
3.3	Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan <i>Islamic Attribute of destination</i> terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung	49
3.4	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	54
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	64
4.2	Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal dan Pekerjaan.....	65
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Penghasilan	66
4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang Diperoleh Responden	67
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Kunjungan	69
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Pembelian Paket Wisata.....	70
4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Worship facilities</i> Kota Bandung	73
4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Halalness</i> Kota Bandung	75
4.9	Tanggapan Responden <i>General Islamic Morality</i> Kota Bandung.....	76
4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Islamic Attribute of destination</i> Kota Bandung	77
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk atau Destinasi Wisata	82
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur	84
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Kunjungan	85
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Kunjungan	86
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran.....	87
4.16	Rekapitulasi Tanggapan Keputusan Berkunjung Responden.....	88
4.17	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov	90
4.18	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	92
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	93

4.20 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	93
4.21 Hasil Pengujian Multikolinearitas	95
4.22 Output Pengaruh <i>Islamic Attribute of destination</i> terhadap Keputusan berkunjung	95
4.23 Output ANOVA Uji F	96
4.24 Pengujian Koefisien Jalur.....	116
4.25 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Islamic Attribute of Destination</i> terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung.....	99

DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL	HAL
2.1	Proses Keputusan Berkunjung	23
2.2	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Islamic Attribute of Destination</i> terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia	34
2.3	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Islamic Attribute of destination</i> terhadap Keputusan berkunjung	35
3.1	Diagram Jalur Hipotesis	56
4.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	68
4.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Kunjungan	68
4.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Partner Berwisata	70
4.4	Variabel Keputusan Berkunjung pada Garis Kontinum	81
4.5	Histogram <i>Dependant Variable</i> Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Malaysia ke Kota Bandung	85
4.6	<i>Normal Probability Plot</i>	91
4.7	Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis	99