

## DAFTAR ISI

	Hal.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Konsep Kepariwisata .....	12
2.1.1.1 Pariwisata.....	12
2.1.1.2 Pariwisata Perkotaan.....	13
2.1.1.3 Destinasi Pariwisata .....	14
2.1.2 <i>Destination Image</i> .....	15
2.1.2.1 <i>Destination Image</i> dalam Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata.....	15
2.1.2.2 Definisi <i>Destination Image</i> .....	17
2.1.2.3 Proses Pembentukan <i>Destination Image</i> .....	18
2.1.2.4 Model <i>Destination Image</i> .....	19
2.1.2.5 Dimensi <i>Destination Image</i> .....	20
2.1.3 Keputusan Berkunjung .....	22
2.1.3.1 Definisi Keputusan Berkunjung.....	22
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung .....	24
2.1.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	24
2.1.3.4 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	26
2.1.4 Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	27
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3 Hipotesis.....	35
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1 Objek Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	38

3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	39
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	44
3.2.4.1	Populasi.....	44
3.2.4.2	Sampel .....	45
3.2.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	45
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	48
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	55
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	55
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	56
3.2.8	Teknik Analisis Data .....	57
3.2.8.1	Regresi Linier Berganda .....	57
3.2.8.2	Uji Asumsi Regresi .....	58
3.2.8.3	Analisis Korelasi.....	60
3.2.8.4	Analisis Determinasi.....	60
3.2.9	Pengujian Hipotesis .....	60
3.2.9.1	Pengujian Simultan (Uji F).....	61
3.2.9.2	Pengujian Parsial (Uji t).....	62
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1	Profil dan Wisatawan Mancanegara di Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	64
4.1.1	Profil Objek .....	64
4.1.1.1	Profil Kota Bandung .....	64
4.1.1.2	Profil Pariwisata Kota Bandung.....	64
4.1.1.3	Profil Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	66
4.1.2	Karakteristik Wisatawan Mancanegara di Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	67
4.1.2.1	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	67
4.1.2.2	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	68
4.1.2.3	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan .....	69
4.1.2.4	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Kewarganegaraan.....	69
4.1.3	Pengalaman Wisatawan Mancanegara di Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung.....	70
4.1.3.1	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pertama Kali Kunjungan dan Jumlah Kunjungan .....	70

4.1.3.2	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Rekan Ketika Berkunjung.....	71
4.1.3.3	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan dan Rata-Rata Pengeluaran .....	72
4.1.3.4	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan dalam Tiga Bulan.....	74
4.2	Gambaran <i>Destination Image</i> Kota Bandung Sebagai Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner.....	75
4.2.1	<i>Infrastructure</i> .....	75
4.2.2	<i>Attractions</i> .....	76
4.2.3	<i>Value for Money</i> .....	78
4.2.4	<i>Enjoyment</i> .....	79
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Image</i> Kota Bandung Sebagai Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner .....	80
4.3	Gambaran Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung .....	82
4.3.1	<i>Product Choice</i> .....	83
4.3.2	<i>Brand Choice</i> .....	84
4.3.3	<i>Dealer Choice</i> .....	85
4.3.4	<i>Purchase Timing</i> .....	86
4.3.5	<i>Purchase Amount</i> .....	88
4.3.6	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung .....	89
4.4	Hasil Uji Analisis Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	91
4.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	91
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	94
4.4.3	Hasil Uji Linearitas.....	95
4.4.4	Hasil Uji Multikolinearitas .....	97
4.4.5	Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	98
4.5	Pembahasan Hasil Analisis Hipotesis Faktor-Faktor yang Membentuk <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	100
4.5.1	Uji Secara Simultan (Uji F) .....	100
4.5.2	Uji Secara Parsial (Uji t).....	101
4.5.3	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	102
4.6	Implikasi Hasil Penelitian .....	104
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	104
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	105
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>107</b>

5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Rekomendasi.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal.</b>
1.1	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2011-2015 .....	2
1.2	Jumlah Kedatangan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara ke Kota Bandung Tahun 2011-2015 .....	5
1.3	Jumlah Kedatangan Beserta Target Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kota Bandung Tahun 2012-2015 .....	5
2.1	Definisi <i>Destination Image</i> Menurut Beberapa Ahli .....	17
2.2	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli .....	23
2.3	Resume Hasil Penelitian Terdahulu .....	28
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	39
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	43
3.3	Kategori Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	48
3.4	Hasil Pengujian Validitas <i>Destination Image</i> dan Keputusan Berkunjung .....	50
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Destination Image</i> dan Keputusan Berkunjung .....	55
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Data .....	56
3.7	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi .....	60
4.1	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	67
4.2	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan .....	68
4.3	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan .....	69
4.4	Karakteristik Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Kewarganegaraan .....	70
4.5	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pertama Kali Kunjungan dan Jumlah Kunjungan .....	70
4.6	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan dan Rata-Rata Pengeluaran .....	73
4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Infrastructure</i> Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	75
4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Attractions</i> Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	77
4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Value For Money</i> Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	78
4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Enjoyment</i> Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung .....	79
4.11	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Destination Image</i> Kota Bandung Sebagai Destinasi Wisata Belanja Dan Kuliner .....	80

4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Product Choice</i> Dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	83
4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Choice</i> Dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	84
4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Dealer Choice</i> Dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	85
4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Timing</i> Dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	86
4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Amount</i> Dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	88
4.17	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung.....	89
4.18	Hasil Uji Normalitas.....	93
4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	95
4.20	Hasil Uji Linearitas <i>Infrastructure</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	96
4.21	Hasil Uji Linearitas <i>Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	96
4.22	Hasil Uji Linearitas <i>Value for Money</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	96
4.23	Hasil Uji Linearitas <i>Enjoyment</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	97
4.24	Hasil Uji Multikolinearitas .....	98
4.25	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	99
4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	100
4.27	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	100
4.28	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal.
2.1	Model Path Faktor-Faktor Penentu <i>Destination Image</i> .....	19
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	25
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	34
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	35
3.1	Regresi Linier Berganda.....	61
4.1	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pertama Kali Kunjungan dan Jumlah Kunjungan .....	71
4.2	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Rekan Ketika Berkunjung .....	72
4.3	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Waktu yang Dhabiskan dan Rata-Rata Pengeluaran.....	74
4.4	Pengalaman Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan Dalam Tiga Bulan.....	74
4.5	Garis Kontinum <i>Destination Image</i> Kota Bandung Sebagai Destinasi Wisata Belanja Dan Kuliner .....	82
4.6	Garis Kontinum Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Di Kota Bandung .....	91
4.7	Histogram <i>Dependent Variable</i> Keputusan Berkunjung.....	92
4.8	<i>Normal Probability Plot</i> .....	93
4.9	<i>Scatterplot</i> .....	94