

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep <i>Destination Image</i>	12
2.1.1.1 Konsep Kepariwisata	11
2.1.1.2 Konsep Pemasaran Pariwisata	12
2.1.1.3 Konsep Destinasi Pariwisata	14
2.1.1.4 Konsep <i>Destination Marketing</i>	16
2.1.1.5 Konsep <i>Destination Image</i>	17
2.1.1.6 Dimensi <i>Destination Image</i>	18
2.1.2 Konsep Keputusan Berkunjung	22
2.1.2.1 Definisi Keputusan Berkunjung	22
2.1.2.2 Model Perilaku Wisatawan	23
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung	24
2.1.2.4 Proses Keputusan Berkunjung	26
2.1.2.5 Dimensi Keputusan Berkunjung	27
2.1.3 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap Keputusan	

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berkunjung	28
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	29
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis	36
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	39
3.2.2 Oprasionalisasi 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 Sampel	46
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	48
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	48
3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas	51
3.2.7 Rancangan Analisi Data dan Pengujin Hipotesis	52
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	53
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	54
3.2.7.3 <i>Method of Successive Interval</i>	55
3.2.7.4 Analisis Regresi Berganda	55
3.2.7.4.1 Uji Asumsi Regresi	57
3.2.7.5 Analisis Korelasi	58
3.2.7.6 Analisis Determinasi	58
3.2.7.7 Pengujian Hipotesis	59
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 62

4.1 Profil Destinasi dan Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Jepang	62
4.1.1 Profil Destinasi Pariwisata Jepang	62
4.1.1.1 Identitas Destinasi Wisata Jepang	62
4.1.1.2 Profil Jepang Sebagai Destinasi Pariwisata	63
4.1.1.3 Destinasi Wisata yang Ditawarkan	64
4.1.2 Karakteristik Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Jepang	65
4.1.2.1 Karakteristik Wisatawan Indonesia Berdasarkan Jenis Klamen dan Usia	65
4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Indonesia Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	66
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Indonesia Berdasarkan Status	67
4.1.2.6 Karakteristik Wisatawan Indonesia Berdasarkan Asal Tinggal	67
4.1.3 Pengalaman Wisatawan Indonesia Berkunjung ke Jepang	69
4.1.3.1 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Orang yang Menemani Ketika Berkunjung	69
4.1.3.2 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Jumlah Pengalaman Berkunjung	70
4.1.3.3 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Lamanya Tinggal Berkunjung	70
4.1.3.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Jepang	71
4.1.3.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Musim Berkunjung	72
4.1.3.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Maskapai yang	73

Digunakan	
4.1.3.7 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Transportasi yang Digunakan	75
4.1.3.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Destinasi Wisata yang Berkesan	76
4.2 Pelaksanaan <i>Destination Image</i> di Jepang	77
4.2.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Organic Image</i>	77
4.2.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Induceed Image</i>	79
4.2.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Primary Image</i>	80
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Image</i> Jepang	81
4.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Jepang	82
4.3.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan produk	83
4.3.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek	84
4.3.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Saluran Berkunjung	85
4.3.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Penilaian Waktu Kunjungan	84
4.3.5 Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Kunjungan	87
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Jepang	88
4.4 Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung ke Jepang	90
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi	90

4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas	90
4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Heteroskedasitas	92
4.4.1.3 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	93
4.4.1.4 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	94
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi (Uji F)	95
4.4.1.6 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	96
4.4.1.7 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	97
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	98
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	98
4.5.2 Temuan Bersifat Empirik	98
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Rekomendasi	102

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	NERACA PEMBAYARAN JASA INDONESIA 2010-2014....	2
TABEL 1.2	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN ASIA KE JEPANG 2010-2014	6
TABEL 1.3	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG 2009-2014	7
TABEL 1.4	JUMLAH KEBERANGKATAN WISATAWAN JEPANG KE LUAR NEGERI	8
TABEL 2.1	DEFINISI <i>DESTINATION IMAGE</i> MENURUT BEBERAPA AHLI.....	18
TABEL 2.2	DEFINISI KEPUTUSAN BERKUNJUNG	22
TABEL 2.3	RESUME PENELITIAN TERDAHULU DAN ORISINALITAS PENELITIAN	30
TABEL 3.1	OPERASIONAL VARIABEL	39
TABEL 3.2	JENIS DAN SUMBER DATA	43
TABEL 3.3	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS	49
TABEL 3.4	HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS	51
TABEL 3.5	INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI	58
TABEL 4.1	DESTINASI WISATA YANG DITAWARKAN	63
TABEL 4.2	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN USIA	64
TABEL 4.3	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN PEKERJAAN DAN PENDAPATAN	65
TABEL 4.4	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN STATUS	66
TABEL 4.5	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN ASAL TINGGAL KATEGORI SELAINNYA	67
TABEL 4.6	PENGALAMAN RESPONDE BERDASARKAN MASKAPAI	73

	YANG DIGUNAKAN KATEGORI LAINNYA	
TABEL 4.7	PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN DESTINASI WISATA YANG BERKESAN	75
TABEL 4.8	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP <i>ORGANIC IMAGE</i>	77
TABEL 4.9	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP <i>INDUCED IMAGE</i>	78
TABEL 4.10	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP <i>PRIMARY IMAGE</i>	79
TABEL 4.11	REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP <i>DESTINATION IMAGE</i>	80
TABEL 4.12	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG BERDASARKAN PEMILIHAN PRODUK	82
TABEL 4.13	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG BERDASARKAN PEMILIHAN MEREK	83
TABEL 4.14	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG BERDASARKAN PEMILIHAN SALURAN ..	84
TABEL 4.15	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG BERDASARKAN PEMILIHAN WAKTU KUNJUNGAN	85
TABEL 4.16	TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG BERDASARKAN JUMLAH BERKUNJUNG	86
TABEL 4.17	REKAPITULASI TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG	88
TABEL 4.18	HASIL UJI MULTIKOLINERITAS	92
TABEL 4.19	PENGARUH <i>DESTINATION IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG	92
TABEL 4.20	ANOVA	93
TABEL 4.21	HASIL ANALISIS SECARA PARSIAL (UJI T)	94

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	PENGALAMAN WISATAWAN INDONESIA BERKUNJUNG KE JEPANG	3
GAMBAR 1.2	SUMBER INFORMASI BERWISATA KE JEPANG	4
GAMBAR 1.3	BROSUR PAKET PT. JTB INDONESIA	5
GAMBAR 2.1	PROSES <i>DESTINATION MARKETING</i>	16
GAMBAR 2.2	KOMPONEN <i>DESTINATION IMAGE</i>	20
GAMBAR 2.3	TAHAP PENGALAMAN PERJALANAN	20
GAMBAR 2.4	MODEL PERILAKU WISATAWAN	23
GAMBAR 2.5	KERANGKA PEMIKIRAN <i>DESTINATION IMAGE</i> JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA	35
GAMBAR 2.6	MODEL PARADIGMA PENGARUH <i>DESTINATION IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG	36
GAMBAR 4.1	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN JENIS KLAMIN DAN USIA	65
GAMBAR 4.2	KARAKTERISTIK WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN ASAL TINGGAL	67
GAMBAR 4.3	PENGALAMAN WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN ORANG YANG MENEMANI BERWISATA	68
GAMBAR 4.4	PENGALAMAN WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN JUMLAH PENGALAMAN BERKUNJUNG	69
GAMBAR 4.5	PENGALAMAN WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN LAMANYA TINGGAL KETIKA BERWISATA DI JEPANG	70
GAMBAR 4.6	PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN ALASAN BERKUNJUNG	71
GAMBAR 4.7	PENGALAMAN WISATAWAN INDONESIA BERDASARKAN ALASAN BERKUNJUNG KE JEPANG	72
GAMBAR 4.8	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN MASKAPAI	73

	YANG DIGUNAKAN	
GAMBAR 4.9	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN	74
GAMBAR 4.10	GARIS KONTINUM DESTINATION IMAGE JEPANG	81
GAMBAR 4.11	GARIS KONTINUM KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE JEPANG	88
GAMBAR 4.12	HISTOGRAM DEPENDENT VARIAB KEPUTUSAN BERKUNJUNG	89
GAMBAR 4.13	NORMAL PROBABILITY PLOT	90
GAMBAR 4.14	UJI ASUMSI HETEROSKEDASTISITAS	91