

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep <i>Vacationscape</i>	18
2.1.1.1 Konsep <i>Vacationscape</i> dalam <i>Sustainable Tourism Marketing</i>	18
2.1.1.2 Definisi <i>Vacationscape</i>	27
2.1.2 Pengertian Keputusan Berkunjung	32
2.1.2.1 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	34
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berkunjung.....	35
2.1.2.3 Tipe-tipe Keputusan Berkunjung.....	36
2.1.2.4 Proses Keputusan Berkunjung	37

2.1.3 Pengaruh <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	38
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran	43
2.3 Hipotesis	49

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.2.1 Jenis Metode Penelitian.....	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	68
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	70
3.2.4.1 Populasi	70
3.2.4.2 Sampel	71
3.2.4.3 Teknik Sampling	74
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	77
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	79
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	79
3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas	85
3.2.7 Analisis Data dan Hipotesis.....	87
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	87
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	88

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Objek dan Wisatawan.....	92
4.1.1 Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	92
4.1.1.1 Identitas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	92
4.1.1.2 Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	93

4.1.2 Profil Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung	97
4.1.2.1 Jenis Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	97
4.1.2.2 Jenis Wisatawan Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan dan Tujuan Berkunjung	98
4.1.2.3 Jenis Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Frekuensi Berkunjung	99
4.2 Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung	100
4.2.1 Karakteristik <i>Built and Cnstructed</i> di Kota Bandung.....	102
4.2.2 Karakteristik <i>Crowding</i> di Kota Bandung.....	105
4.2.3 Karakteristik <i>Vegetation</i> di Kota Bandung.....	107
4.2.4 Karakteristik <i>Urband Stressors</i> di Kota Bandung.....	109
4.2.5 Karakteristik <i>Maintanace and Upkeep</i> di Kota Bandung.....	110
4.2.6 Karakteristik <i>Signage</i> di Kota Bandung	112
4.2.7 Karakteristik <i>Comport Amenities</i> di Kota Bandung	113
4.2.1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung.....	114
4.3 Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Bandung	117
4.3.1 Pemilihan Produk.....	117
4.3.2 Pemilihan Merek.....	118
4.3.3 Pemilihan Distribusi	119
4.3.4 Pemilihan Waktu Berkunjung.....	120
4.3.5 Frekuensi Berkunjung.....	121
4.3.1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung.....	122
4.4 Pengaruh <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung	123
4.5 Implikasi Hasil Temuan	129
4.5.1 Temuan Penelitian Berisifat Teoritik.....	129
4.5.2 Temuan Penelitian Berisifat Empirik	130

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 132
5.2 Rekomendasi 133

DAFTAR PUSTAKA

CURICULUM VITAE

LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Internasional 2012	2
1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Intenasional ke Asia Tenggara 2012.....	4
1.3	Jumlah Kunjungan Wisman dan Wisnus ke Indonesia 2012.....	4
1.4	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat 2012	5
1.5	Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung Melalui Pintu Gerbang Kedatangan 2010-2012	6
2.1	Definisi <i>Vacationscape</i>	28
2.2	Pengertian Keputusan Berkunjung	33
2.3	Orisinalitas Penelitian	39
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2	Jenis dan Sumber Data	39
3.3	Penyebaran Populasi Yaitu Wisnus di Objek Daya Tarik Wisata Kota Bandung	71
3.4	Penyebaran Wisata Belanja dan Wisata Kuliner di Kota Bandung	77
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.6	Koefisien Korelasi.....	80
3.7	Pengujian Validitas Variabel X (<i>Vacationscape</i>)	81
3.8	Pengujian Validitas Variabel Y (keputusan Berkunjung)	84
3.9	Hasil Pengujian Realibilitas	86
3.10	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	88
4.1	Jenis Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	97
4.2	Jenis Wisatawan Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan dan Tujuan Berkunjung.....	98
4.3	Jenis Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Frekuensi Berkunjung	99
4.4	<i>Built and Constructed</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	102
4.5	<i>Level of Crowding</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	105

4.6	<i>Vegetation</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	107
4.7	<i>Urban Stressors</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	109
4.8	<i>Maintanace and Upkeep</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung.....	110
4.9	<i>Signage</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	112
4.10	<i>Comport Amenities</i> dalam <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	113
4.11	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Pelaksanaan <i>Vacationscape</i> di Kota Bandung	115
4.12	Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk	117
4.13	Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek	118
4.14	Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemeilihan Distribusi	119
4.15	Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan	112
4.16	Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Kunjungan	121
4.17	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Pelaksanaan Keputusan Berkunjung Kota Bandung	122
4.18	Pengaruh Pelaksanaan <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Bandung	123
4.19	Uji Keseluruhan	118
4.20	Keputusan Berkunjung Berdasarkan (Uji F) Pemeilihan Distribusi	124
4.21	Pengujian Parsial	125
4.21	Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung.....	47
2.2	Model Paradigma Pengaruh <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung.....	48
3.1	Macam-macam Teknik Sampling	75
3.2	Teknik Penarikan <i>Cluster Sampling</i>	77
3.3	Struktur Kausal Antara X dan Y	89
3.4	Analisis Jalur (<i>Path</i>) Pengaruh <i>Vacationscape</i> terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung	90
4.1	Struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung 2013	96

