

## DAFTAR ISI

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....   | i   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....   | ii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....             | iii |
| <b>ABSTRACT</b> .....            | iv  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....      | v   |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> ..... | vi  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....          | x   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....       | xiv |
| <b>DAFTAR TABEL</b>              |     |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian ..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....           | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....          | 8 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....        | 8 |

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Kajian Pustaka .....                     | 9  |
| 2.1.1 Konsep Pemasaran Pariwisata.....       | 9  |
| 2.1.1.1 Klasifikasi Jenis Wisata .....       | 10 |
| 2.1.1.2 Daya Tarik Wisata Alam.....          | 13 |
| 2.1.1.3 Kawasan Wisata .....                 | 14 |
| 2.1.2 <i>Word of Mouth</i> .....             | 16 |
| 2.1.2.1 Pemasaran.....                       | 16 |
| 2.1.2.2 Definisi <i>Word of Mouth</i> .....  | 20 |
| 2.1.2.3 Isi Pesan yang mempengaruhi WOM..... | 21 |
| 2.1.2.4 Sarana dari WOM.....                 | 23 |
| 2.1.2.5 Dimensi <i>Word of Mouth</i> .....   | 24 |

i

Riki Nugraha, 2016

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA ALAM GUNUNG PARANG**

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

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 2.1.3   | Konsep Keputusan Berkunjung.....                          | 26 |
| 2.1.3.1 | Pengertian Keputusan Berkunjung.....                      | 26 |
| 2.1.3.2 | Faktor-faktor Yang mempengaruhi Keputusan Berkunjung ...  | 28 |
| 2.1.3.3 | Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....              | 34 |
| 2.3.3.4 | Dimensi Keputusan Berkunjung .....                        | 42 |
| 2.1.4   | Penagruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung..... | 43 |
| 2.1.5   | Orisinalitas Penelitian .....                             | 44 |
| 2.2     | Kerangka Pemikiran.....                                   | 47 |
| 2.3     | Hipotesis .....   | 51 |

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 3.1     | Objek Penelitian .....                          | 53 |
| 3.2     | Metodologi Penelitian .....                     | 54 |
| 3.2.1   | Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan..... | 54 |
| 3.2.2   | Operasionalisasi Variabel.....                  | 55 |
| 3.2.3   | Jenis dan Sumber Data .....                     | 63 |
| 3.2.4   | Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....       | 65 |
| 3.2.4.1 | Populasi.....                                   | 65 |
| 3.2.4.2 | Sampel.....                                     | 65 |
| 3.2.4.3 | Teknik Sampling .....                           | 67 |
| 3.2.5   | Teknik Pengumpulan Data .....                   | 68 |
| 3.2.6   | Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....      | 68 |
| 3.2.6.1 | Hasil Pengujian Validitas .....                 | 69 |
| 3.2.6.2 | Hasil Pengujian Reliabilitas .....              | 74 |
| 3.2.7   | Rancangan Analisis Data .....                   | 76 |
| 3.2.7.1 | Rancangan Analisis Data Deskriptif .....        | 76 |
| 3.2.7.2 | Rancangan Analisis Data Verifikatif.....        | 77 |
| 3.2.7.3 | Pengujian Hipotesis.....                        | 78 |
| 3.2.7.4 | Pengujian Sub Hipotesis.....                    | 84 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 4.1     | Profil Perusahaan dan Wisatawan.....  | 85 |
| 4.1.1   | Profil Wisata Alam Gunung Parang.....   | 85 |
| 4.1.1.1 | Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....   | 85 |
| 4.1.2   | Profil Wisatawan Wisata Alam Gunung Parang .....  | 85 |
| 4.1.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan<br>Usia.....                                  | 86 |
| 4.1.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....   | 86 |
| 4.1.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....  | 87 |
| 4.1.2.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tinggal .....  | 83 |
| 4.1.2.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan<br>Pendapatan .....                               | 88 |
| 4.1.2.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa<br>Berkunjung.....                                | 88 |
| 4.1.2.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi ..   | 89 |
| 4.1.2.8 | Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan yang<br>dilakukan .....                                | 90 |
| 4.2     | Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i> di Wisata Alam<br>Gunung Parang.....              | 90 |
| 4.2.1   | Tanggapan Responden Mengenai Cognitive Content di Wisata<br>Alam Gunung Parang.....                 | 91 |
| 4.2.2   | Tanggapan Responden Mengenai Richness of Content di<br>Wisata Alam Gunung Parang.....               | 92 |
| 4.2.3   | Tanggapan Responden Mengenai Cognitive Delivery di Wisata<br>Alam Gunung Parang.....                | 94 |
| 4.2.4   | Tanggapan Responden Mengenai Strength of Delivery .....   | 96 |
| 4.2.5   | Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i><br>di Wisata Alam Gunung Parang..... | 97 |
| 4.3     | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung di Wisata<br>Alam Gunung Parang.....              | 99 |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 4.3.1   | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Produk .....                      | 99  |
| 4.3.2   | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Merek .....                       | 101 |
| 4.3.3   | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pemilihan Penyalur .....                    | 101 |
| 4.3.4   | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Waktu Kunjungan .....                       | 103 |
| 4.3.5   | Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....                       | 104 |
| 4.3.6   | Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Mengenai Keputusan Berkunjung di Wisata Alam Gunung Parang.....          | 105 |
| 4.4     | Pengujian Hipotesis.....  | 107 |
| 4.4.1   | Uji Asumsi Klasik .....   | 107 |
| 4.4.1.1 | Uji Normalitas .....  | 107 |
| 4.4.1.2 | Uji Heteroskedasitas.....   | 109 |
| 4.4.1.3 | Uji Autokorelasi .....  | 110 |
| 4.4.1.4 | Uji Multikolinearitas .....   | 111 |
| 4.4.2   | Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi .....  | 111 |
| 4.4.3   | Uji Secara Simultan (Uji $f$ ).....   | 113 |
| 4.4.4   | Uji Secara Parsial (Uji $t$ ) .....   | 113 |
| 4.4.5   | Model Persamaan Regresi Linear Berganda Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung ..... | 115 |
| 4.4.6   | Uji Signifikansi dari Model Regresi Linear Berganda.....  | 116 |
| 4.5     | Implikasi Hasil Penelitian .....  | 117 |
| 4.5.1   | Temuan Bersifat Empirik .....   | 117 |
| 4.5.2   | Temuan Bersifat Teoritik .....  | 117 |

## **BAB V HASIL KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

|     |                 |     |
|-----|-----------------|-----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 118 |
|-----|-----------------|-----|

|     |                  |     |
|-----|------------------|-----|
| 5.2 | Rekomendasi..... | 119 |
|-----|------------------|-----|

## DAFTAR GAMBAR

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 2.1 | <i>Element In The Communication Process</i> .....   | 22  |
| 2.2 | Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....   | 28  |
| 2.3 | Model Perilaku Konsumen.....  | 31  |
| 2.4 | Pengaruh Utama Dalam Perilaku Konsumen.....   | 32  |
| 2.5 | Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....   | 34  |
| 2.6 | Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....   | 37  |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan<br>Berkunjung di Wisata Alam Gunung Parang..... | 49  |
| 2.8 | Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan<br>Keputusan Berkunjung.....                  | 50  |
| 3.1 | Regresi Linier Berganda.....  | 76  |
| 4.1 | Garis Kontinum <i>Word of Mouth</i> di Wisata alam Gunung Parang.....   | 100 |
| 4.2 | Garis Kontinum Keputusan Berkunjung di Wisata Alam Gunung Parang  | 108 |
| 4.3 | Histogram <i>Dependent Variable</i> Keputusan Berkunjung.....   | 108 |
| 4.4 | <i>Normal Probability Plot</i> .....  | 109 |
| 4.5 | <i>Scatterplot</i> .....  | 110 |

## DAFTAR TABEL

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1.1 | Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Provinsi Jawa Barat.....                                    | 3  |
| 1.2 | Data Kunjungan Destinasi Wisata Kabupaten Purwakarta .....  | 4  |
| 1.3 | Data Kunjungan Destinasi Wisata Alam Gunung Parang.....   | 5  |
| 2.1 | Pengertian Keputusan Berkunjung Yang diadaptasi dari Keputusan<br>Pembelian Menurut Para Ahli ..... | 26 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....  | 44 |
| 3.1 | Operasional Variabel.....   | 55 |
| 3.2 | Jenis Dan Sumber Data .....   | 66 |
| 3.3 | Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....   | 72 |
| 3.4 | Hasil Pengujian Validitas <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Berkunjung.....                        | 68 |
| 3.5 | Hasil Pengujian Realibilitas <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Berkunjung...                       | 71 |

vi

Riki Nugraha, 2016

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA ALAM GUNUNG  
PARANG**

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

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....                                    | 80  |
| 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....   | 81  |
| 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                       | 82  |
| 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan .....                                  | 83  |
| 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung .....                                  | 85  |
| 4.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....  | 86  |
| 4.7  | Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan Yang Dilakukan .....                                   | 87  |
| 4.8  | Tanggapan Responden Mengenai <i>Cognitive Content</i> di Wisata Alam<br>Gunung Parang.....          | 91  |
| 4.9  | Tanggapan Responden Mengenai <i>Richness of Content</i> di Wisata Alam<br>Gunung Parang.....        | 92  |
| 4.10 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Cognitive Delivery</i> di Wisata Alam<br>Gunung Parang.....         | 94  |
| 4.11 | Tanggapan Responden Mengenai <i>Strength of Delivery</i> di Wisata Alam<br>Gunung Parang.....       | 96  |
| 4.12 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i> di Wisata<br>Alam Gunung Parang..... | 97  |
| 4.13 | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan<br>Pemilihan Produk .....             | 98  |
| 4.14 | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan<br>Pemilihan Merek .....              | 101 |
| 4.15 | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan<br>Pemilihan Penyalur .....           | 102 |
| 4.16 | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan<br>Pemilihan Waktu Kunjungan.....     | 103 |
| 4.17 | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan<br>Jumlah Kunjungan.....              | 104 |
| 4.18 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung ...                                  | 105 |
| 4.19 | Hasil Uji Normalitas.....   | 109 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....   | 111 |
| 4.21 Hasil Uji Autokorelasi.....           | 112 |
| 4.22 Hasil Uji Multikorelalitas.....       | 113 |
| 4.23 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....    | 113 |
| 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... | 114 |
| 4.25 Hasil Uji Simultan (Uji f).....       | 115 |
| 4.26 Hasil Uji Parsial (Uji t).....        | 116 |