

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN HAK CIPTA</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Konsep <i>Pariwisata Olahraga</i> .....	11
2.1.2 Konsep <i>Sport Tourism Customer Experience</i> .....	15
2.1.2.1 Konsep <i>Sport Tourism Customer Experience</i> dalam Konsep <i>Sport Marketing</i> .....	15
2.1.2.2 Definisi <i>Sport Tourism Customer Experience</i> .....	19
2.1.2.3 Dimensi <i>Sport Tourism Customer Experience</i> .....	21
2.1.3 Konsep <i>Revisit Intention</i> .....	26
2.1.3.1 Definisi <i>Revisit Intention</i> .....	26

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

2.1.3.2	Dimensi <i>Revisit Intention</i> .....	29
2.1.4	Pengaruh <i>Sport Tourism Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	31
2.1.5	Penelitian terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	32
2.2	Kerangka Pemikiran.....	35
2.3	Hipotesis.....	41
<b>BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek Penelitian .....	43
3.2	Metode Penelitian.....	44
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan .....	44
3.3	Operasional Variabel.....	45
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	51
3.5.1	Populasi.....	51
3.5.2	Sampel.....	52
3.5.3	Teknik Sampling .....	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.7.1	Pengujian Validitas.....	56
3.7.2	Pengujian Reliabilitas .....	60
3.7.3	Rancangan Analisis Data .....	62
3.7.3.1	Rancangan Analisis Deskriptif.....	63
3.7.3.2	Pengujian Hipotesis .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Taman Nasional Gunung Ciremai (TNGC) .....	73
4.1.1	Perusahaan .....	73
4.1.1.1	Identitas Perusahaan .....	73
4.1.1.2	Sejarah Singkat Taman Nasional Gunung Ciremai .....	74
4.1.1.3	Objek dan Daya Tarik Wisata yang Ditawarkan .....	75

4.2	Karakteristik Partisipan Objek Wisata Taman Nasional Gunung Ciremai	
4.1.2.1	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia ...	76
4.1.2.2	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Rata-rata Per Bulan .....	78
4.1.2.3	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Asal Tinggal dan Alat Transportasi yang digunakan.....	79
4.1.2.4	Karakteristik Partisipan Berdasarkan Tujuan Melakukan Pendakian dengan Lamanya Bermalam dan Banyaknya Partisipan yang diikutsertakan di TNGC .....	81
4.1.2.5	Karakteristik Partisipan Dilihat dari Sumber Memperoleh Informasi Tentang TNGC .....	83
4.1.2.6	Profil Partisipan Berdasarkan Jalur Pendakian Yang Dipilih Ketika Melakukan Pendakian Di TNGC.....	84
4.2	Gambaran <i>Sport Tourism Customer Experience</i> di TNGC.....	85
4.2.1	Gambaran Partisipan terhadap <i>Hedonic Enjoyment</i> .....	85
4.2.2	Gambaran Partisipan terhadap <i>Personal Progression</i> .....	87
4.2.3	Gambaran Partisipan terhadap <i>Social Interaction</i> .....	90
4.2.4	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Sport Tourism Customer Experience</i> di Taman Nasional Gunung Ciremai.....	91
4.3	Gambaran <i>Revisit Intention</i> di Taman Nasional Gunung Ciremai.....	93
4.3.1	Tanggapan Partisipan terhadap Keinginan Melakukan Pendakian Kembali.....	93
4.3.2	Tanggapan Partisipan terhadap Keinginan Merekomendasikan Kepada Orang Lain .....	95
4.3.3	Rekapitulasi Tanggapan Partisipan terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	96
4.4	Pengaruh <i>Sport Tourism Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> Partisipan di Taman Nasional Gunung Ciremai.....	98
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas .....	99

4.4.2 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	101
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	102
4.4.4 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	105
4.5 Pembahasan Hasil Analisis Hipotesis Faktor-faktor yang membentuk <i>Sport Tourism Customer Experience Terhadap Revisit Intention</i> .....	105
4.5.1 Pengujian Model FIT dan Uji Signifikasnsi secara Simultan (Uji F)	105
4.5.2 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi secara Parsial (Uji t) ....	107
4.5.3 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Sport Tourism Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> Partisipan yang Melakukan Pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Implikasi.....	111
5.2.1 Temuan Hasil Penelitian Bersifat Teoritik .....	111
5.2.2 Temuan Hasil Penelitian Bersifat Empirik .....	112
5.3 Rekomendasi .....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	114
LAMPIRAN .....	115

## DAFTAR TABEL

1.1	Statistika Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2011-2014.....	1
1.2	Daftar Gunung Pendakian di Jawa Barat .....	3
1.3	Jumlah Partisipan Pendakian TNGC Tahun 2010-2015 .....	4
2.1	Definisi <i>Sport Consumer Behaviour</i> .....	18
2.2	Definisi <i>Costumer Behavior</i> .....	19
2.3	Definisi <i>Revisit Intention</i> .....	28
2.4	Penelitian terdahulu dan Orisinilitas Penelitian .....	32
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.3	Proposisi Sampel .....	54
3.4	Klasifikasi Pengujian Hubungan.....	58
3.5	Hasil Uji Validitas <i>Sport Tourism Customer Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i> Instrumen Penelitian.....	59
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	62
3.7	Kategori Penelitian Skor .....	65
3.8	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	70
4.1	Objek Daya Tarik Wisata di TNGC.....	75
4.2	Karakteristik Partisipan Pendakian Taman Nasional Gunung Ciremai Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	77
4.3	Karakteristik Partisipan Pendakian Berdasarkan Pekerjaan, Penghasilan rata-rata per bulan, dan Pengeluaran selama Pendakian di TNGC.....	78
4.4	Keterkaitan Partisipan Berdasarkan Asla Tinggal dan Alat Transportasi yang	

Digunakan .....	80
4.5 Tujuan Partisipan Melakukan Pendakian Dikaitkan dengan Lamanya Partisipan Bermalam dan Banyaknya Partisipan yang Diikutsertakan di TNGC .	81
4.6 Profil Partisipan Wisata Olahraga Pendakian Berdasarkan Sumber Informasi Partisipan di TNGC .....	83
4.7 Profil Partisipan Berdasarkan Jalur Pendakian yang Dipilih Ketika Melakukan Pendakian di TNGC .....	84
4.8 Tanggapan Responden mengenai <i>Hedonic Enjoyment</i> .....	85
4.9 Tanggapan Responden mengenai <i>Personal Progression</i> .....	87
4.10 Tanggapan Responden mengenai <i>Social Interaction</i> .....	90
4.11 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Sport Tourism Customer Experience</i> di Taman Nasional Gunung Ciremai.....	91
4.12 Tanggapan Partisipan mengenai Keinginan untuk Melakukan Pendakian Kembali dalam .....	94
4.13 Tanggapan Partisipan mengenai Keinginan untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain dalam <i>Revisit Intention</i> .....	95
4.14 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan terhadap <i>Revisit Intention</i> ..	97
4.15 Uji Normalitas dengan Menggunakan Rumus Kolmogrov-Smirnov...	101
4.16 Uji Heteroskedastisitas .....	102
4.17 Uji Multikolinearitas .....	103
4.18 Coefficient Correlation.....	104
4.19 Hasil Analisis <i>Sport Tourism Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	105
4.20 Hasil output ANOVA.....	106
4.21 Hasil Koefisien Regresi.....	107

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Presentasi <i>Revisit Intention</i> Partisipan ke TNGC.....	5
2.1	<i>Sport Tourism &amp; Related Contextual Domain</i> .....	13
2.2	<i>Five Stage Model of The Consumer Buying Process</i> .....	27
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Taman Nasional Gunung Ciremai .....	40
2.3	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	41
3.1	Klasifikasi Kriteria Penilaian Presentase Dalam Garis Kontinum....	66
3.2	Regresi Berganda .....	69
4.1	<i>Sport Tourism Customer Experience</i> dalam Garis Kontinum.....	92
4.2	Gambaran <i>Revisit Intention</i> dalam Garis Kontinum .....	98
4.3	Histogram <i>Dependent Variabel Revisit Intention</i> .....	99
4.4	<i>Normal Probability Plot</i> .....	100