

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN HAK CIPTA	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACK.....	v
ABSTRACK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 KajianPustaka.....	12
2.1.1 Konsep <i>Sport Tourism</i>	12
2.1.2 Konsep <i>Sport Tourism Marketing</i>	16
2.1.3 Konsep <i>Involvement</i> dalam <i>Customer Behavior</i>	19
2.1.3.1 Dimensi <i>Involvement</i>	22
2.1.4 Konsep <i>Service Quality</i> dalam <i>Sport Tourism</i>	23
2.1.4.1 Dimensi <i>Service Quality</i>	25
2.1.5 Konsep <i>Perceived Value</i> dalam <i>Sport Pricing</i>	27
2.1.5.1 Dimensi <i>Perceived Value</i>	30
2.1.6 Konsep <i>Intent to Renew Membership</i> dalam <i>Behavioral Intention</i>	31
2.1.6.1 Dimensi <i>Intent to Renew Membership</i>	32
2.1.7 Pengaruh <i>Involvement, Service Quality, dan Perceived Value</i> terhadap <i>Intent to Renew Membership</i>	33

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

2.1.8	Orisinalitas Penelitian.....	35
2.2	Kerangka Pemikiran	37
2.3	Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Objek Penelitian	44
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan.....	45
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	46
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	49
3.2.4.1	Populasi.....	49
3.2.4.2	Sampel.....	49
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	50
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reabilitas	52
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas	52
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reabilitas	56
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	57
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	58
3.2.8	Pengujian Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Profil, Karakteristik dan Pengalaman Partisipan.....	66
4.1.1	Profil Bandung Giri Gahana Golf & Resort	66
4.1.1.1	Sejarah Singkat Bandung Giri Gahana Golf & Resort	67
4.1.1.2	Produk & Jasa yang Ditawarkan	68
4.1.2	Profil Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort.....	70
4.1.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	70
4.1.2.2	Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal Tinggal	71
4.1.2.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	72
4.1.3	Pengalaman Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	74
4.1.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu dan Alasan Menjadi Member di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	74

4.1.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain dan Biaya yang Dikeluarkan	76
4.1.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalamannya Bermain do <i>Golf Course</i> Lain	77
4.2	Gambaran <i>Involvement</i> Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	78
4.2.1	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Involvement</i>	78
4.2.2	Rekapitulasi Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Involvement</i>	80
4.3	Gambaran <i>Service Quality</i> Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	82
4.3.1	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Service Quality</i>	82
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Service Quality</i>	85
4.4	Gambaran <i>Perceived Value</i> Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	87
4.4.1	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Perceived Value</i>	87
4.4.2	Rekapitulasi Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Perceived Value</i>	89
4.5	Gambaran <i>Intent to Renew Membership</i> Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	91
4.5.1	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Intent to Renew Membership</i>	91
4.5.2	Rekapitulasi Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Intent to Renew Membership</i>	93
4.6	Pengaruh <i>Involvement, Service Quality</i> dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent to Renew Membership</i> Partisipan Bandung Giri Gahana Golf & Resort	95
4.6.1	Hasil Pengujian Asumsi.....	95
4.6.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	96
4.6.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	97
4.6.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	99
4.6.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	101
4.6.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	101
4.6.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	102
4.6.2.1	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	103
4.6.2.2	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Involvement, Service Quality</i> dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent to Renew Membership</i>	105
4.7	Implikasi Hasil Temuan	108
4.7.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	108

4.7.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	109
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA.....		xx
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
1.1	Daftar Lapangan Golf Di Bandung.....	2
1.2	Klasifikasi Lapangan Golf.....	3
1.3	Jumlah Partisipan Golf Indonesia/Asing Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2015-2016	4
1.4	Jumlah Dan Jenis Keanggotaan Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2014-2016	5
1.5	Jumlah Perpanjangan Member Dan Member Baru Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2015-2016.....	6
2.1	Definisi <i>Sport Tourism</i>	13
2.2	Definisi <i>Sport Marketing</i>	22
2.3	Definisi <i>Involvement</i>	20
2.4	Dimensi <i>Involvement</i>	22
2.5	Definisi <i>Service Quality</i>	23
2.6	Dimensi <i>Service Quality</i>	26
2.7	Definisi <i>Perceived Value</i>	29
2.8	Dimensi <i>Perceived Value</i>	30
2.9	Definisi <i>Intent To Renew Membership</i>	31
2.10	Penelitian Terdahulu	35
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	46
3.2	Jenis Dan Sumber Data Penelitian.....	48
3.3	Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan <i>Involvement, Service Quality, Perceived Value</i> Dan <i>Intent To Renew Membership</i>	54
3.4	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	57
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	70
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal Tinggal	71

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Perbulan	73
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Dan Alasan Menjadi Member Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.....	74
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain Dan Biaya Yang Dikeluarkan.....	76
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalamannya Bermain Di <i>Golf Course</i> Lain	77
4.7	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Involvement</i>	79
4.8	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Involvement</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	80
4.9	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Service Quality</i>	82
4.10	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Service Quality</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.....	85
4.11	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Perceived Value</i>	87
4.12	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Perceived Value</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.....	89
4.13	Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i>	91
4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	93
4.15	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Dengan Menggunakan Kolmogorov-Smirnov	97
4.16	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	98
4.17	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	99
4.18	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	100
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	100
4.20	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	101
4.21	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	102

4.22 Hasil Pengujian <i>Involvement</i> , <i>Service Quality</i> , Dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i>	102
4.23 Output Pengaruh <i>Involvement</i> , <i>Service Quality</i> , Dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	104
4.24 Uji Keseluruhan / Simultan (Uji F)	104
4.25 Hasil Uji Analisis Jalur Variabel <i>Involvement</i> , <i>Service Quality</i> Dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	105
4.26 Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung <i>Involvement</i> , <i>Service Quality</i> Dan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intent To Renew Membership</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	107

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
2.1	<i>Three Related Tourism Domain</i>	11
2.2	<i>The Structure Of Sport Marketing</i>	13
2.3	Konseptualisasi Komponen <i>Involvement</i>	14
2.4	Model Konseptual <i>Service Quality</i>	19
2.5	<i>The Strategic Pricing Process</i>	20
2.6	Kerangka Pemikiran Upaya Meningkatkan <i>Intent To Renew Membership</i> Melalui <i>Involvement, Service Quality, Dan Perceived Value</i>	24
2.7	Paradigma Penelitian Upaya Meningkatkan <i>Intent To Renew</i> <i>Membership</i> Melalui <i>Involvement, Service Quality, Dan Perceived</i> <i>Value</i>	33
3.1	Struktur Kausal Antara X Dan Y.....	34
3.2	Diagram Jalur Sub Struktur.....	55
4.1	Logo Bandung Giri Gahana Golf & Resort	66
4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	71
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal Tinggal.....	72
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Penghasilan Perbulan	74
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu Dan Alasan Menjadi Member Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.....	75
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain Dan Biaya Yang Dikeluarkan.....	77

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY,
DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalamannya Bermain Di <i>Golf Course</i> Lain	78
4.8	Garis Kontinum Variabel <i>Involvement</i> Bandung Giri Gahana Golf & Resort	81
4.9	Garis Kontinum Variabel <i>Service Quality</i> Bandung Giri Gahana Golf & Resort	86
4.10	Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Value</i> Bandung Giri Gahana Golf & Resort	90
4.11	Garis Kontinum Variabel <i>Intent to renew Membership</i> Bandung Giri Gahana Golf & Resort	94
4.12	Histogram Variabel <i>Intent to Renew Membership</i>	96
4.13	<i>Normal Probability Plot</i>	96
4.14	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	98
4.15	Diagram Jalur Pengaruh <i>Involvement, Service Quality</i> Dan <i>Intent To Renew Membership</i> Di Bandung Giri Gahana Golf & Resort	106

Tina Juniar Puspitasari, 2017
*UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY,
DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu