

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pariwisata	10
2.1.3 Konsep Pemasaran Pariwisata.....	11
2.1.4 Konsep Pariwisata Berkelanjutan.....	12
2.1.5 Perkembangan Pariwisata Berkelanjutan	14
2.1.6 Tiga Pilar Pariwisata Berkelanjutan	15
2.1.7 Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia	16
2.1.8 Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan	19
2.1.9 Indikator Pariwisata Berkelanjutan	21
2.1.10 Konsep <i>Marketing Perspective</i> dalam	

Nirwanda Al Abror, 2017

PENGARUH MARKETING PERSPECTIVE DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H. DJUANDA

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

Pariwisata Berkelanjutan.....	26
2.1.11 Dimensi <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan.....	28
2.1.12 Konsep Taman Hutan Raya sebagai Daya Tarik Wisata ...	29
2.2 Konsep Keputusan Berkunjung.....	30
2.2.1 Konsep Perilaku Wisatawan.....	31
2.2.2 Proses Keputusan Berkunjung.....	36
2.3. Penelitian Terdahulu.....	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	43
2.6 Hipotesis.....	46
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Objek Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	54
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	55
3.2.4.1 Populasi.....	55
3.2.4.2 Sampel.....	56
3.2.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	58
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	63
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	65
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	65
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	66
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	71
3.2.8.1 Secara Simultan.....	71
3.2.8.2 Secara Parsial.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Hasil Penelitian.....	73

4.1.1 Profil Daya Tarik Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	73
4.1.2 Sejarah Singkat Daya Tarik Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	73
4.1.3 Produk Wisata yang Ditawarkan Daya Tarik Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.....	74
4.2 Profil dan Karakteristik Wisatawan.....	77
4.2.1 Karakteristik Wisatawan di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Berdasarkan Daerah Asal	77
4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia	79
4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir	80
4.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan	82
4.3 Pengalaman Wisatawan.....	83
4.3.1 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Cara Datang Berkunjung	83
4.3.2 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Lama Kunjungan.....	84
4.3.3 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung	86
4.3.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	87
4.3.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi yang Digunakan	88
4.3.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Informasi yang Diperoleh.....	89
4.4 Pelaksanaan <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	91
4.4.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Beauty of Nature and Landscape</i>	91
4.4.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Picturesque and Arrangement of Destination</i>	92
4.4.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Environmental Preservation</i>	94
4.4.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Quality of Marking Tourist</i>	

<i>Attraction</i>	96
4.4.5 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Excursion</i>	98
4.4.6 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Overall Stay Satisfaction</i> ..	99
4.5 Pelaksanaan Keputusan Berkunjung di Taman Hutan Raya Ir. H.	
Djuanda.....	101
4.5.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Wisata .	101
4.5.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Suatu Merek.....	102
4.5.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan	104
4.5.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Jumlah Kunjungan	105
4.6 Pembahasan	107
4.6.1 Gambaran Dimensi <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata	
Berkelanjutan.....	107
4.6.2 Gambaran Keputusan Berkunjung	109
4.6.3 Pengaruh Dimensi <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata	
Berkelanjutan Terhadap Keputusan Berkunjung	110
4.6.4 Hasil Uji Asumsi Regresi	111
4.6.4.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas	111
4.6.4.2 Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas	113
4.6.4.3 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	114
4.6.5 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	115
4.6.6 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	116
4.6.7 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji T).	117
4.6.8 Model Persamaan Linier Berganda Pengaruh <i>Marketing</i>	
<i>Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan Terhadap	
Keputusan Berkunjung	119
4.6.9 Gambaran <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata	
Berkelanjutan Terhadap Keputusan Berkunjung	120
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	120
4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	120
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	121

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Rekomendasi	124

DAFTAR PUSTAKA	xvii
-----------------------------	------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Pertumbuhan Wisatawan Nusantara (Wisnus) Tahun 2007 – 2012	1
1.2 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kota Bandung	2
1.3 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara	
Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	3
1.5 Hasil Observasi Awal di Tahura Djuanda (Kondisi Sekarang)	6
1.4 Daftar Destinasi Wisata yang Rusak Akibat Kelakuan Wisatawan.....	4
2.1 Definisi Pariwisata Berkelanjutan Menurut Para Ahli.....	12
2.2 Perbedaan Antara Pariwisata Konvensional dan Berkelanjutan.....	21
2.3 Indikator Pariwisata Berkelanjutan.....	22
2.4 Definisi Perilaku Konsumen Menurut Para Ahli	30
2.5 Penelitian Terdahulu	41
3.1 Operasional Variabel	50
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.3 Teknik Pengambilan Data.....	58
3.4 Hasil Uji Validitas <i>Marketing Perspective</i>	
dalam Pariwisata Berkelanjutan.....	60
3.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung.....	62
3.6 hasil Uji Reliabilitas.....	65
3.7 Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert.....	66
3.8 Interpretasi Koefisien Korelasi	69
4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Daerah Asal	77
4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	79
4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir	80
4.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan	82
4.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Cara Datang Berkunjung	83
4.7 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Lama Kunjungan	85
4.8 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	86
4.9 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	87

4.10 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi yang Digunakan	88
4.11 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Informasi yang Diperoleh	89
4.12 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Beauty of Nature and Landscape</i>	91
4.13 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Beauty of Nature and Landscape</i>	92
4.14 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Picturesque and Arrangement of Destination</i>	93
4.15 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>The Picturesque and Arrangement of destination</i>	94
4.16 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Environmental Preservation</i>	94
4.17 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Environmental Preservation</i> ...	95
4.18 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Quality of Marking Tourist Attraction</i>	96
4.19 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Quality of Marking Tourist Attraction</i>	97
4.20 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Excursion</i>	98
4.21 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Excursion</i>	99
4.22 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Overall Stay Satisfaction</i>	99
4.23 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Overall Stay Satisfaction</i>	100
4.24 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Wisata	101
4.25 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Wisata	102
4.26 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Suatu Merek	102
4.27 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Suatu Merek	103
4.28 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan	104
4.29 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan..	105
4.30 Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Jumlah Kunjungan	105
4.31 Indeks Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Jumlah Kunjungan.	106
4.32 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan di Tahura Djuanda	107
4.33 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Tahura Djuanda.....	109

4.34 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	115
4.35 <i>Output</i> Pengaruh <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Keputusan Berkunjung	116
4.36 Hasil Analisis Secara Simultan (Uji F).....	116
4.37 Hasil Analisis Secara Parsial (Uji T)	117

DAFTAR GAMBAR

2.1 Tiga Pilar Pariwisata Berkelanjutan.....	15
2.2 Model Perilaku Konsumen	35
2.3 Tahap Proses Keputusan Berkunjung	36
2.4 Langkah Proses Evaluasi Alternatif.....	38
2.5 Kerangka Pemikiran.....	45
2.6 Paradigma Penelitian	46
3.1 Regresi Linier Berganda	70
4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kota Asal.....	78
4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	80
4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir	81
4.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan	83
4.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Cara Datang Berkunjung	84
4.7 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Lama Kunjungan	85
4.8 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung	87
4.9 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung	88
4.10 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi yang Digunakan	89
4.11 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Informasi yang Diperoleh	90
4.12 Garis Kontinum <i>Marketing Perspective</i> dalam Pariwisata Berkelanjutan	108
4.13 Garis Kontinum Keputusan Berkunjung.....	110
4.14 Histogram <i>Dependent</i> Variabel Keputusan Berkunjung.....	112
4.15 Normal <i>Probability Plots</i>	113
4.16 Uji Asumsi Heterokedastisitas	114