

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep Atribut Produk Pariwisata	13
2.1.1.1 Produk Wisata dalam Wisata	13
2.1.1.2 Atribut Produk Wisata Bagian dari Bauran Pemasaran Pariwisata	15
2.1.1.3 Produk Wisata	18
2.1.1.4 Dimensi Atribut Produk Wisata	19
2.1.2 Konsep Keputusan Berkunjung	28
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Berkunjung	39
2.1.2.2 Dimensi Keputusan Berkunjung	32

2.1.3 Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung	36
2.1.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
2.3 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	48
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	49
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.2.3.1 Jenis Data.....	51
3.2.3.2 Sumber Data	51
3.2.4 Populasi Sempel dan Teknik Sempel	52
3.2.4.1 Populasi	52
3.2.4.2 Sempel	53
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	55
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reabilitas	57
3.2.6.1 Rancangan Pengujian Validitas	57
3.2.6.2 Rancangan Pengujian Reabilitas	60
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	62
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	62
3.2.7.2 Rancangan analisis Data Verifikatif	64
3.2.7.2.1 Rancangan Uji Asumsi Regresi Klasik	66
3.2.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan	74
4.1.1 Identitas Perusahaan.....	74

4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	74
4.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	75
4.1.4 Profil Pengunjung Wisata Alam Curug Muara Jaya.....	75
4.1.4.1 Keterkaitan Karakteristik Wisata Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	76
4.1.4.2 Keterkaitan Karakteristik Wisata Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	77
4.1.4.3 Keterkaitan Karakteristik Wisata Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	78
4.2 Tanggapan Wisatawan terhadap Atribut Produk Wisata Alam Curug Muara Jaya.....	79
4.2.1 Tanggapan Pengunjung terhadap Harga	81
4.2.2 Tanggapan Pengunjung terhadap Atraksi Budaya	83
4.2.3 Tanggapan Pengunjung terhadap Aksesibilitas	85
4.2.4 Tanggapan Pengunjung terhadap Keselamatan/Keamanan Lokasi	87
4.3 Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Alam Curug Muara Jaya.....	89
4.4 Uji Asumsi Klasik	92
4.4.1 Uji Normalitas	92
4.4.2 Uji Multikolinearitas	96
4.4.3 Uji Autokorelasi	94
4.5 Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Alam Curug Muara jaya	95
4.6 Implikasi hasil Temuan	99
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	99
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	100

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	101
5.2 Rekomendasi	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Asing di ASEAN Tahun 2007 2011 (Orang).....	2
1.2	Data Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Asing ke Jawa Barat Tahun 2007 – 2011.....	4
1.3	Data Objek Wisata di Kabupaten Majalengka.....	5
1.4	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Curug Muara Jaya dan Curug Tonjong tahun 2007-2011	8
2.1	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli	31
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	38
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
3.2	Jenis dan Sumber Data	52
3.3	Interpretasi Nilai r	58
3.4	Hasil Pengujian validitas Variabel X Atribut Wisata	59
3.5	Hasil Pengujian validitas Variabel Y Keputusan Berkunjung	60
3.6	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	61
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X dan Y	62
4.1	Jenis Kelamin dan Usia Pengunjung	76
4.2	Pendidikan dan Pekerjaan Pengunjung Objek Wisata Curug Muara Jaya	77
4.3	Pekerjaan dan Penghasilan Pengunjung	78
4.4	Rekapitulasi hasil Penelitian Sub variabel Atribut Produk	80
4.5	Tanggapan Pengunjung terhadap Harga	81
4.6	Tanggapan Pengunjung terhadap Atraksi Budaya	83
4.7	Tanggapan Pengunjung terhadap Aksesibilitas	85
4.8	Tanggapan Pengunjung terhadap Keselamatan	87
4.9	Rekapitulasi Keputusan Berkunjung	90
4.10	Tanggapan Pengunjung terhadap Pemilihan Produk	90
4.11	Tanggapan Pengunjung terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung ...	91
4.12	Tanggapan Pengunjung terhadap Jumlah Kunjungan	92
4.13	Hasil Uji Normalitas	93
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	93
4.15	Hasil Uji Autokorelasi	94
4.16	Hasil Uji Koefisien Korelasi Ganda	96
4.17	Hasil Uji F	97
4.18	Hasil Uji T.....	97
4.19	Hasil Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	The Four P Components of the Marketing Mix.....	16
2.2	Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i>	18
2.3	Kerangka Pemikiran.....	42
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh Atribut Produk Wisata Alam Curug Muara Jaya terhadap Keputusan Berkunjung....	44
3.1	Struktur Hubungan Antara X dan Y	65
4.1	Tanggapan Pengunjung terhadap Atribut Produk.....	79
4.2	Rekapitulasi Sub Variabel Tingkat Harga.....	82
4.3	Rekapitulasi Sub Variabel Atraksi Budaya.....	84
4.4	Rekapitulasi Sub Variabel Aksesibilitas.....	86
4.5	Rekapitulasi Sub Variabel Keselamatan.....	88
4.6	Tanggapan Pengunjung terhadap Keputusan Berkunjung.....	89