DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .................................................. i
KATA PENGANTAR ..................................................... ii
DAFTAR ISI ................................................................. iii
DAFTAR TABEL ............................................................ v
DAFTAR GAMBAR ......................................................... vi

BAB I PENDAHULUAN .................................................... 1
  1.1 Latar Belakang Penelitian ........................................ 1
  1.2 Rumusan Masalah .................................................. 9
  1.3 Tujuan Penelitian .................................................. 9
  1.4 Kegunaan Penelitian .............................................. 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN .. 11
  2.1 Kajian Pustaka ..................................................... 11
    2.1.1 Konsep Kepariwisataan .................................... 11
    2.1.2 Industri Pariwisata .......................................... 12
    2.1.3 Konsep Manajemen Pemasaran ........................... 13
    2.1.4 Website ........................................................ 15
      2.1.4.1 Website bagian dari Marketing Management ..... 15
      2.1.4.2 Marketing Mix .......................................... 16
      2.1.4.3 Marketing Communication Mix ...................... 17
      2.1.4.4 Online Marketing Communication .................. 19
      2.1.4.5 Definisi Website ....................................... 20
      2.1.4.6 Dimensi Website ....................................... 23
    2.1.5 Keputusan Berkunjung ...................................... 24
      2.1.5.1 Definisi Keputusan Berkunjung .................... 24
DAFTAR ISI

2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung ..... 25
2.1.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ................................................. 26
2.1.5.4 Tipe-tipe Keputusan Berkunjung ................. 27
2.1.5.5 Dimensi Keputusan Berkunjung .................. 28
2.1.6 Pengaruh Website terhadap Keputusan Berkunjung.. 29
2.1.7 Orisinalitas Penelitian ................................ 30
2.1.8 Kerangka Pemikiran .................................. 31
2.1.9 Hipotesis .................................................. 35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN ..........37
3.1 Objek Penelitian ............................................. 37
3.2 Metodologi Penelitian ..................................... 37
  3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .... 37
  3.2.2 Operasionalisasi Variabel ............................. 39
  3.2.3 Jenis dan Sumber Data ................................. 44
  3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel ............. 45
    3.2.4.1 Populasi ........................................... 45
    3.2.4.2 Sampel ............................................ 45
    3.2.4.3 Teknik Sampel ................................... 46
  3.2.5 Teknik Pengumpulan Data ............................. 47
  3.2.6 Partisipan ................................................ 47
  3.2.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas ................. 48
    3.2.7.1 Uji Validitas ....................................... 48
    3.2.7.2 Hasil Uji Reabilitas ............................... 52
  3.2.8 Rancangan Analisis Data ............................. 54
DAFTAR ISI

3.2.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif ..........................54
3.2.8.2 Pengujian Hipotesis ..................................................55

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.................................60

4.1 Profil Perusahaan dan Wisatawan .................................60
  4.1.1 Profil Taman Nasional Gunung Gede Pangrango ......60
  4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan ..............63
4.2 Pelaksanaan Website sebagai Online marketing communication terhadap Keputusan Berkunjung oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango .................................................77
  4.2.1 Tanggapan Wisatawan terhadap Structure of provided Information .................................................................77
  4.2.2 Tanggapan Wisatawan terhadap Website Design ......80
  4.2.3 Gambaran Wisatawan terhadap Update Information Frequency .................................................................83
  4.2.4 Tanggapan Wisatawan terhadap Feedback ..........85
  4.2.5 Tanggapan Wisatawan terhadap User Guide ..........87
  4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Website terhadap Taman Nasional Gunung Gede Pangrango ..........90
4.3 Gambaran Keputusan Berkunjung Wisatawan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dan Dimensi ................92
  4.3.1 Gambaran Product Choice ........................................93
  4.3.2 Gambaran Brand Choice ...........................................94
  4.3.3 Gambaran Dealer Choice .......................................97
  4.3.5 Gambaran Purchase Timing ...................................98
  4.3.4 Gambaran Purchase Amount .................................100

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020
PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG Gede PANGRANGO)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu
DAFTAR ISI

4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Faktor – Faktor Dominan Dalam Membentuk Keputusan Berkunjung ................................................................. 102

4.4 Pengaruh Website sebagai Online marketing communication terhadap Keputusan Berkunjung .......... 104
  4.4.1 Regresi Berganda ............................................................. 104
  4.4.2 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi .......... 112
  4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)................................................................. 113
  4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)................................................................. 114

4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian ................................ 116
  4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik ......................... 116
  4.5.2 Temuan Belatian Bersifat Empirik ............................. 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .............................. 120
  5.1 Kesimpulan .............................................................. 120
  5.2 Rekomendasi .............................................................. 121

DAFTAR PUSTAKA