

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Konsep Pariwisata.....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran Pariwisata.....	10
2.1.3 Bauran Promosi (Promotional Mix).....	15
2.1.4 Konsep Personal Selling.....	18
2.1.4.1 Definisi Personal selling.....	18
2.1.4.2 Fungsi Personal Selling.....	19
2.1.4.3 Dimensi Personal Selling.....	21
2.1.5 Konsep Keputusan Berkunjung.....	24
2.1.5.1 Definisi Keputusan Berkunjung.....	24
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung.....	26
2.1.5.3 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung.....	31
2.1.5.4 Dimensi Keputusan Berkunjung.....	35
2.1.6 Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung.....	35
2.1.7 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.3 Hipotesis.....	45

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.....	47
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	55
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	56
3.2.4.1	Populasi.....	56
3.2.4.2	Sampel.....	56
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	58
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	60
3.2.6.1	Validitas.....	60
3.2.6.1.1	Hasil Pengujian Validitas.....	61
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	65
3.2.6.2.1	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	66
3.2.7	Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	67
3.2.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	68
3.2.7.2	Analisis Data Verifikatif.....	68
3.2.7.3	Analisis Data Regresi Berganda.....	69
3.2.7.4	Koefisien Determinasi.....	72
3.2.7.5	Pengujian Hipotesis.....	73
3.2.7.6	Pengujian Sub Hipotesis.....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan dan Wisatawan.....	75
4.1.1	Profil Grama Tirta Jatiluhur.....	75
4.1.1.1	Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	75
4.1.2	Profil Wisatawan Grama Tirta Jatiluhur.....	76
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.1.2.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Sekolah.....	76
4.1.2.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jabatan di Sekolah.....	77
4.1.2.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Status Sekolah.....	78

4.1.2.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Grama Tirta Jatiluhur Dalam Satu Tahun.....	78
4.1.2.6	Pengalaman Wisatawan Berkunjung ke Grama Tirta Jatiluhur Berdasarkan Jumlah Rombongan.....	79
4.1.2.7	Pengalaman Wisatawan Berkunjung ke Grama Tirta Jatiluhur Berdasarkan Sumber Informasi.....	79
4.1.2.8	Pengalaman Wisatawan Berkunjung ke Grama Tirta Jatiluhur Berdasarkan Waktu Berkunjung.....	80
4.2	Gambaran Personal Selling di Grama Tirta Jatiluhur.....	80
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Approach di Grama Tirta Jatiluhur.....	80
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Presentation and Demonstration di Grama Tirta Jatiluhur.....	82
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Handling Objections di Grama Tirta Jatiluhur.....	86
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Closing di Grama Tirta Jatiluhur.....	88
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Follow-Up di Grama Tirta Jatiluhur.....	90
4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap Personal Selling di Grama Tirta Jatiluhur.....	92
4.3	Gambaran Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.....	95
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk.....	95
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	98
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Berkunjung.....	100
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Kunjungan.....	102
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran.....	105
4.3.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.....	106
4.4	Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.....	108
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	108
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	108
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	111
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	112
4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	113
4.4.2	Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	114

4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	116
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	117
4.4.5	Model Persamaan Regresi Linier Berganda Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung.....	118
4.4.6	Uji Signifikansi dari Model Regresi Linier Berganda.....	119
4.5	Pembahasan.....	120
4.5.1	<i>Personal Selling</i>	120
4.5.2	Keputusan Berkunjung.....	123
4.5.3	Personal Selling terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.....	126
4.6	Implikasi Hasil Temuan Empirik.....	127
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	127
4.6.2	Temuan Bersifat Teoritik.....	128
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Rekomendasi.....	130