

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Konsep <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i>	12
2.1.2 Konsep <i>Destination Marketing and Management</i>	13
2.1.3 Konsep <i>Marketing Mix</i>	14
2.1.4 Konsep Atribut <i>Tea Tourism</i>	16
2.1.5 Model Atribut <i>Tea Tourism</i>	19
2.1.6 Dimensi Atribut <i>Tea Tourism</i>	20
2.1.7 Konsep Keputusan Berkunjung dalam <i>Consumer Behavior</i>	21
2.1.7.1 Definisi Keputusan Berkunjung.....	22
2.1.7.2 Proses Keputusan Berkunjung	22
2.1.7.3 Model Keputusan Berkunjung	24
2.1.7.4 Dimensi Keputusan Berkunjung	25

Wulan Permatasari, 2019

PENGARUH ATRIBUT TEA TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

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

2.1.8	Atribut <i>Tea Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung	27
2.1.9	Penelitian Terdahulu	28
2.2	Kerangka Pemikiran.....	30
2.3	Hipotesis.....	32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		34
3.1	Objek Penelitian	34
3.2	Metode Penelitian.....	35
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	35
3.2.2	Operasional Variabel.....	35
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	43
3.2.4.1	Populasi	43
3.2.4.2	Sampel.....	44
3.2.4.3	Teknik Sampling	45
3.2.4.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.5	Pengujian Validitas dan Realibilitas	46
3.2.5.1	Pengujian Validitas	46
3.2.5.2	Pengujian Reliabilitas.....	52
3.2.6	Analisis Data	54
3.2.6.1	Analisis Deskriptif	54
3.2.6.2	Analisis Data Verifikatif	55
3.2.7	Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Profil Perusahaan dan Karakteristik Wisatawan Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	61
4.1.1	Profil Perusahaan	61
4.1.1.1	Identitas Perusahaan.....	61
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	62
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	64

4.1.2	Profil Wisatawan Wisatawan Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	64
4.1.2.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	65
4.1.2.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	66
4.1.2.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	67
4.1.3	Profil Wisatawan Berdasarkan Pengalaman	68
4.1.3.1	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung dan Tujuan Berkunjung.....	68
4.1.3.2	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi dan Rekan Berkunjung.....	69
4.1.3.3	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi dan Rekan Berkunjung.....	70
4.1.3.4	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Aktivitas yang dilakukan	71
4.2	Gambaran <i>Atribut Tea Tourism</i> di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	72
4.2.1	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kesadaran di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	72
4.2.2	Tanggapan Wisatawan Terhadap Aksesibilitas di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	75
4.2.3	Tanggapan Wisatawan Terhadap Atraksi di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	77
4.2.4	Tanggapan Wisatawan Terhadap Fasilitas di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	79
4.2.5	Tanggapan Wisatawan Terhadap Layanan Tambahan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	82

4.3	Gambaran Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	83
4.3.1	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pilihan Produk di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	83
4.3.2	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pilihan Merek di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	84
4.3.3	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pilihan Saluran Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	86
4.3.4	Tanggapan Wisatawan Terhadap Waktu Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	87
4.3.5	Tanggapan Wisatawan Terhadap Jumlah Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	88
4.4	Pengaruh Atribut <i>Tea Tourism</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	90
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	90
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	90
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	91
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	92
4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	93
4.4.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	94
4.4.2	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	95
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	96
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....	96
4.4.5	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Atribut <i>Tea Tourism</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	98
4.5	Pembahasan.....	99

4.5.1	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap Atribut <i>Tea Tourism</i> di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	99
4.5.2	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	101
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	104
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	104
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	104
BAB V KESIMPULAN		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Rekomendasi	107
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN.....		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2015-2017	3
Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat Tahun 2015-2017.....	3
Tabel 1.3 Data Pengunjung Wisata Kebun Teh Malabar Tahun 2015-2017	7
Tabel 1.4 Data Pengunjung Wisatawan Asing Kebun Teh Malabar Tahun 2015-2017.....	8
Tabel 1.5 Data Pengunjung Wisatawan Domestik Kebun Teh Malabar Tahun 2015-2017..	8
Tabel 2.1 Definisi Pemasaran	12
Tabel 2.2 Definisi Keputusan Pembelian Menurut Para Ahli.....	22
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan <i>Tea Tourism</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Atribut <i>Tea Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	53
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	65
Tabel 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	66
Tabel 4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	67
Tabel 4.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi dan Tujuan Berkunjung	68
Tabel 4.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi dan Rekan Berkunjung.....	69
Tabel 4.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Transportasi yang Digunakan dan Lamanya Kunjungan.....	70
Tabel 4.7 Tanggapan Wisatawan terhadap Kesadaran di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	73

Wulan Permatasari, 2019

PENGARUH ATRIBUT *TEA TOURISM* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

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

Tabel 4.8 Tanggapan Wisatawan terhadap Aksesibilitas di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kapupaten Bandung.....	76
Tabel 4.9 Tanggapan Wisatawan Mengenai Atraksi di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	77
Tabel 4.10 Tanggapan Wisatawan Mengenai Fasilitas di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	79
Tabel 4.11 Tanggapan Wisatawan Mengenai Layanan Tambahan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	82
Tabel 4.12 Tanggapan Wisatawan terhadap Pilihan Produk di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	83
Tabel 4.13 Tanggapan Wisatawan Mengenai Pilihan Merek di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	85
Tabel 4.14 Tanggapan Wisatawan Mengenai Pilihan Saluran Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	86
Tabel 4.15 Tanggapan Wisatawan Mengenai Waktu Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	87
Tabel 4.16 Tanggapan Wisatawan Mengenai Jumlah Kunjungan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	89
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov.....	91
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	92
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	93
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	93
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	94
Tabel 4.22 <i>Output</i> Pengaruh Atribut <i>Tea Tourism</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	95
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	96
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)	97
Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan terhadap Atribut <i>Tea Tourism</i> di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	99

Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	101
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Atribut <i>Tea Tourism</i>	20
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.3 Model Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Regresi Linier Berganda.....	56
Gambar 4.1 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Aktivitas yang Dilakukan	72
Gambar 4.2 Garis Kontinum Atribut <i>Tea Tourism</i> di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	101
Gambar 4.3 Garis Kontinum Keputusan Berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.....	103