

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Konsep <i>Trust</i> dalam Manajemen Pemasaran Pariwisata	17
2.1.1.1 Konsep Kepariwisata	16
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	22
2.1.1.3 <i>Trust</i> dalam <i>Relationship Marketing</i>	24
2.1.1.4 Konsep <i>Trust</i>	29
2.1.1.5 Pengukuran <i>Trust</i>	31
2.1.1.6 Dimensi <i>Trust</i>	32
2.1.1.7 Jasa Transportasi Wisata	36
2.1.2 Konsep Loyalitas	38

2.1.2.1	Definisi Loyalitas	38
2.1.2.2	Jenis-Jenis Loyalitas	40
2.1.2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	42
2.1.2.4	Tahapan Loyalitas	44
2.1.2.5	Karakteristik Loyalitas	47
2.1.3	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas.....	48
2.1.4	Orisinalitas Penelitian.....	50
2.2	Kerangka Pemikiran	53
2.3	Hipotesis	60
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	63
3.1	Objek Penelitian.....	63
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan.....	64
3.2.1.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2.1.2	Metodologi Penelitian	65
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	65
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	69
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	71
3.2.4.1	Populasi	71
3.2.4.2	Sampel.....	72
3.2.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	73
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	74
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	76
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	77
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	84
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	86
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	87

3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif	88
3.2.7.3	Pengujian Hipotesis.....	90
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	95
4.1	Profil Perusahaan dan Biro Perjalanan Wisata	95
4.1.1	Profil Perusahaan	95
4.1.1.1	Identitas Perusahaan.....	95
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	96
4.1.1.3	Struktur Organisasi	97
4.1.1.4	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	98
4.1.1.5	Pelaksanaan <i>Trust</i> dan Loyalitas di PT Jackal Holidays	100
4.1.2	Profil Biro Perjalanan Wisata	102
4.1.2.1	Profil Berdasarkan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	102
4.1.2.2	Bentuk dan Usia Perusahaan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	104
4.1.2.3	Bentuk Perusahaan dan Mengetahui Informasi PT Jackal Holidays Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	106
4.1.2.4	Bentuk Perusahaan dan Rata-Rata Menggunakan Jasa Angkutan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	108
4.1.2.5	Jenis Angkutan Wistata dan Rata-Rata Menggunakan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	110
4.1.2.6	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk	

	<i>Drop out/in</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	112
4.1.2.7	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Bandung <i>Full Days</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	114
4.1.2.8	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Bandung <i>City Tour</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	117
4.1.2.9	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Luar Kota Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	119
4.1.2.10	Bentuk Perusahaan dan Pilihan Utama Jasa Angkutan Wisata Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	121
4.2	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Trust</i>	123
4.2.1	<i>Trust</i>	123
4.2.2	Dimensi-Dimensi <i>Trust</i>	125
4.2.2.1	<i>Ability</i>	126
4.2.2.2	<i>Benevolence</i>	129
4.2.2.3	<i>Integrity</i>	131
4.2.2.4	Rekapitulasi Dimensi <i>Trust</i> PT Jackal Holidays	133
4.3	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap Loyalitas	135
4.3.1	Loyalitas Biro Perjalanan Wisata	135
4.3.2	Dimensi-Dimensi Loyalitas.....	137
4.3.2.1	<i>Word-of-mouth Communication</i>	137

4.3.2.2	<i>Repurchase Intention</i>	139
4.3.2.3	<i>Price Insensitivity</i>	141
4.3.2.4	<i>Complaint Behavior</i>	143
4.3.2.5	Rekapitulasi Dimensi Loyalitas	145
4.4	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata di PT Jackal Holidays	147
4.5	Pembahasan	156
4.6	Implikasi Hasil Temuan	159
4.6.1	Implikasi Hasil Temuan Bersifat Teoritik.....	159
4.6.2	Implikasi Hasil Temuan Bersifat Empirik.....	160
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	163
5.1	Kesimpulan	163
5.2	Rekomendasi.....	165
DAFTAR PUSTAKA		168
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
1.1	Statistik Perkembangan Wisatawan Di Indonesia Tahun 2007-2012.....	2
1.2	Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Berskala Menengah dan Besar Tahun 2007–2011	3
1.3	Data Kunjungan Wisatawa ke Jawa Barat Tahun 2007-2012	4
1.4	Perkembangan Jumlah Usaha Jasa Perjalanan Wisata Kota Bandung 2010-2012	6
1.5	Perusahaan Bus Pariwisata di Kota Bandung Tahun 2012	7
1.6	Pemakai Sarana Transportasi PT Jackal Holidays Tahun 2010-2012.....	9
1.7	Pelanggan Jasa Angkutan PT Jackal Holidays Tahun 2010-2012	10
2.1	<i>Relationship Marketing Versus Transactional Marketing</i>	26
2.2	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	41
2.3	Orisinalitas Penelitian.....	51
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	67
3.2	Jenis dan Sumber Data	70
3.3	Populasi Biro Perjalanan Wisata yang Menggunakan Jasa Angkutan PT Jackal Holidays Tahun 2012	71
3.4	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	76
3.5	Interpretasi Besarnya Koefesien Korelasi	79
3.6	Hasil Uji Validitas (<i>Trust</i> dan Loyalitas) Instrumen Penelitian	80
3.7	Hasil Uji Validitas (<i>Trust</i> dan Loyalitas) Setelah Proses Menghilangkan Instrumen Penelitian.....	82
3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	86
3.9	Kriteria penafsiran hasil perhitungan responden digunakan untuk analisis deskriptif.....	87

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

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

3.10	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif & Negatif	89
4.1	Jenis-Jenis Kendaraan PT Jackal Holidays	99
4.2	Kegiatan Membangun <i>Trust</i> oleh PT Jackal Holidays	101
4.3	Profil Berdasarkan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	103
4.4	Bentuk dan Usia Perusahaan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	104
4.5	Bentuk Perusahaan dan Mengetahui Informasi PT Jackal Holidays Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	106
4.6	Bentuk Perusahaan dan Rata-Rata Menggunakan Jasa Angkutan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	108
4.7	Jenis Angkutan Wisata dan Rata-Rata Menggunakan Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	111
4.8	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk <i>Drop out/in</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	113
4.9	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Bandung <i>Full Days</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	115
4.10	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Bandung <i>City Tour</i> Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	117
4.11	Jumlah Menggunakan Jasa Angkutan dan Rata-Rata Menggunakan untuk Luar Kota Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata	119
4.12	Bentuk Perusahaan dan Pilihan Utama Jasa Angkutan Wisata Dikaitkan dengan Jenis Biro Perjalanan Wisata.....	121
4.13	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Ability</i>	127
4.14	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Benevolence</i>	130
4.15	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Integrity</i>	132
4.16	Rekapitulasi Dimensi <i>Trust</i> PT Jackal Holidays	133

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

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

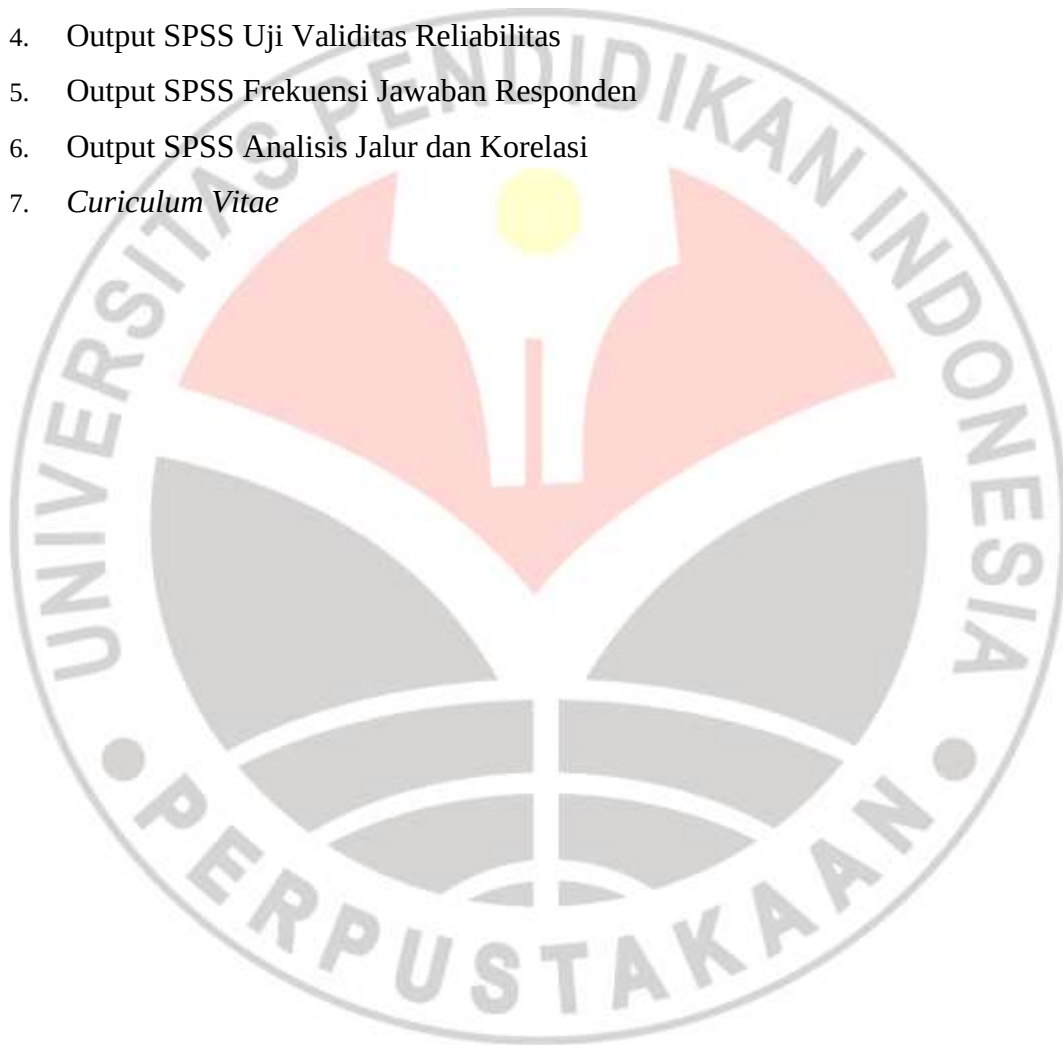
4.17	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Word-of-Mouth Communication</i>	138
4.18	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	140
4.19	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Price Insensitivity</i>	142
4.20	Tanggapan Biro Perjalanan Wisata Terhadap <i>Complaint Behavior</i>	144
4.21	Rekapitulasi Dimensi Loyalitas.....	145
4.22	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Trust</i> dengan Loyalitas	147
4.23	Uji Anova (Uji F)	149
4.24	Pengujian Koefisien Jalur.....	149
4.25	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata	151
4.26	Pengujian Koefisien Setelah <i>Trimming</i>	152
4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Menggunakan Model <i>Trimming</i>	153

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
1.1	Perkembangan Biro Perjalanan Wisata (BPW) di Jawa Barat 2007-2010	5
1.2	<i>Market Share</i> Perusahaan Bus Pariwisata di Kota Bandung 2012.....	8
2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran.....	23
2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	43
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata.....	59
2.4	Paradigma Penelitian.....	60
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	90
3.2	Diagram Jalur Sub Hipotesis.....	91
3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis X Terhadap Y.....	92
4.1	Struktur Organisasi PT Jackal Holidays	97
4.2	Variabel <i>Trust</i> Pada Garis Kontinum.....	125
4.3	Variabel Loyalitas Pada Garis Kontinum	137
4.4	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas.....	150
4.5	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Menggunakan Model <i>Trimming</i>	152

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data Penelitian
3. Output SPSS Identitas Responden
4. Output SPSS Uji Validitas Reliabilitas
5. Output SPSS Frekuensi Jawaban Responden
6. Output SPSS Analisis Jalur dan Korelasi
7. *Curriculum Vitae*



Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

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