

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Produk Pariwisata	9
1. Karakteristik Produk Pariwisata	9
2. Unsur-Unsur Produk Pariwisata	11
B. Citra	12
1. Pembentukan Citra	13
2. Peranan Citra	13
3. Elemen Citra	14
C. Wisata Budaya	15
D. Perilaku Konsumen	16
1. Model Perilaku Konsumen	17
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Jasa	20
3. Proses Pengambilan Keputusan Berwisata	26

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

E. Kerangka Pemikiran	29
F. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Objek Penelitian	31
B. Metode	32
C. Oprasionalisasi Variabel	33
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	37
3. Teknik Sampling	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Jenis dan Sumber Data	39
G. Instrumen Penelitian	39
1. Pendekatan Skala Likert	40
2. <i>Method Success Interval</i> (MSI)	40
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	42
3. Hasil Validitas dan Reliabilitas	43
I. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Asumsi Klasik Regresi	44
2. Teknik Analisis Linear Berganda	46
J. Uji Hipotesis	46
1. Uji t	46
2. Uji F	47
K. Uji Koefisien Determinasi	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Profile Saung Angklung Udjo	49
1. Identitas Perusahaan	49

2. Sejarah Saung Angklung Udjo	50
3. Struktur Organisasi Saung Angklung Udjo	50
4. Produk Wisata Budaya di Saung Angklung Udjo	51
B. <i>Profile</i> Wisatawan.....	56
1. Jenis Kelamin Responden	56
2. Pendidikan Responden	57
3. Pekerjaan Responden	58
4. Pendapatan/uang Saku Responden	59
C. Produk Wisata Saung Angklung Udjo di Kalangan Wisatawan	60
D. Citra Saung Angklung Udjo sebagai Wisata Budaya di Kalangan Wisatawan	62
E. Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Saung Angklug Udjo	66
F. Pengaruh Produk dan Citra Saung Angklung Udjo sebagai Wisata Budaya terhadap Keputusan Berkunjung	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolinearitas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	69
4. Analisis Regresi Linier Berganda	70
5. Uji Hipotesis.....	72
6. Koefisien Determinasi	74
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	79
A. Simpulan	79
B. Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84
RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

1.1	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata di Kota Bandung	2
1.2	Jumlah Wisatawan ke Saung Angklung Udjo Tahun 2012.....	4
2.1	Definisi Perilaku Konsumen	17
3.1	Oprasionalisasi Variabel	33
3.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo pada tahun 2012	36
3.3	Hasil Validitas dan Reliabilitas	43
4.1	Jenis Kelamin	56
4.2	Pendidikan	57
4.3	Pekerjaan	58
4.4	Pendapatan/Uang Saku	59
4.5	Tanggapan Wisatawan mengenai Produk Wisata Budaya di Saung Angklung Udjo	61
4.6	Tanggapan Wisatawan Mengenai Citra	64
4.7	Tanggapan Wisatawan mengenai Keputusan Berkunjung	66
4.8	Uji Normalitas	68
4.9	Uji Multikolinearitas	69
4.10	Uji Heteroskedastisitas	69
4.11	Analisis Regresi Berganda	70
4.12	Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)	72
4.13	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	73

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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



DAFTAR GAMBAR

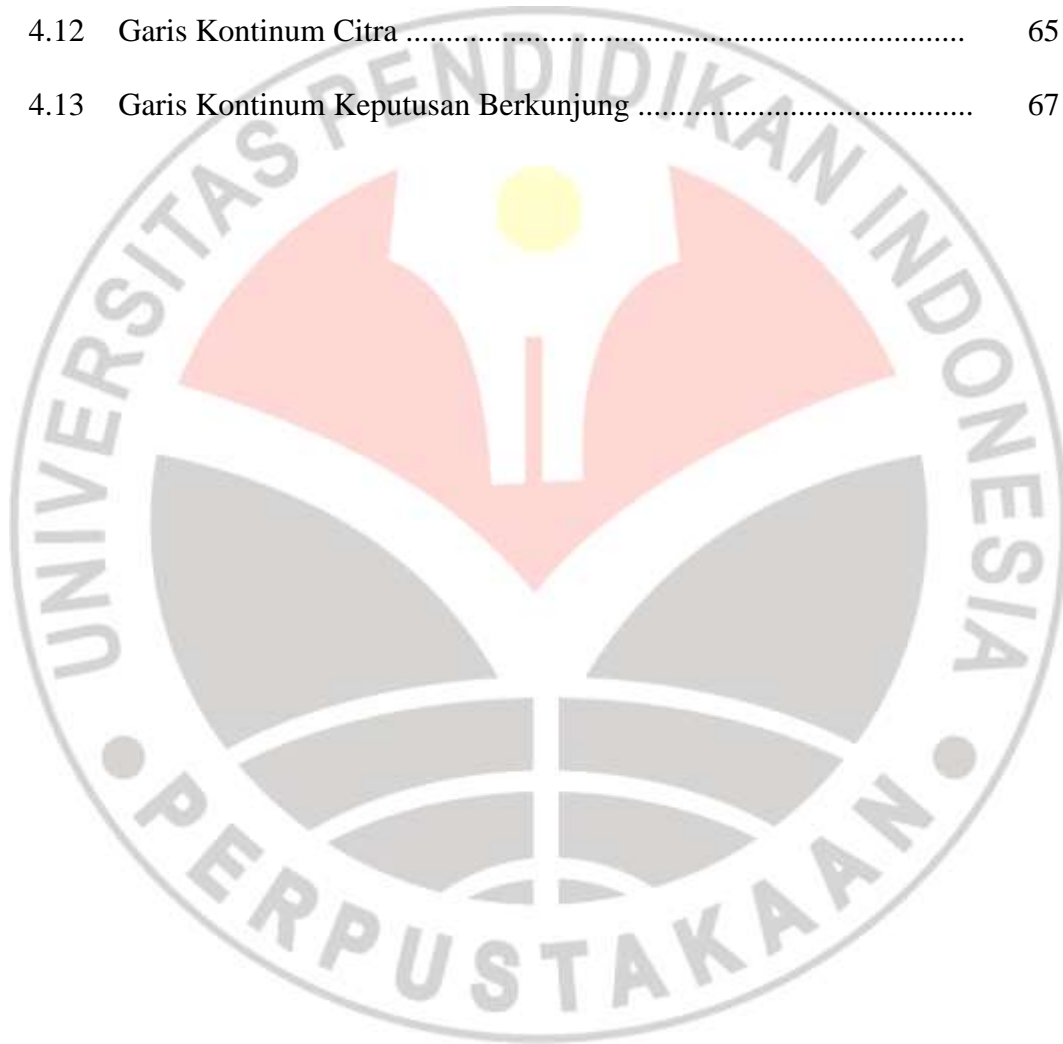
1.1	Grafik Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo Tahun 2012.....	4
2.1.	Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Amstrong	19
2.2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen	20
2.3	Kerangka Pemikiran	29
3.1	Denah Saung Angklung Udjo	31
4.1	Struktur Organisasi Saung Angklung Udjo	51
4.2	Pertunjukan Bambu Petang	52
4.3	Setengah Hari di Saung Angklung Udjo	52
4.4	Paket Iwung	53
4.5	Paket Awi	54
4.6	Arumba Saung Angklung Udjo	54
4.7	Grafik Jenis Kelamin Responden	56

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

4.8	Grafik Pendidikan Responden	57
4.9	Grafik Pekerjaan Responden	58
4.10	Grafik Pendapatan/Uang Saku	59
4.11	Garis Kontinum Produk	62
4.12	Garis Kontinum Citra	65
4.13	Garis Kontinum Keputusan Berkunjung	67



Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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