

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 <i>Co-Creation Experiences</i>	20
2.1.1.1 Definisi <i>Co-Creation Experiences</i>	20
2.1.1.2 Pendekatan <i>Co-Creation Experiences</i>	23
2.1.2 Identitas Kabupaten Garut	29
2.1.2.1 Konsep <i>Brand</i>	29
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Identity</i>	32
2.1.2.3 Dimensi Pembentuk <i>Brand Identity</i>	35
2.1.2.4 Elemen <i>Brand Identity</i>	38
2.1.3 Keputusan Berkunjung.....	40
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Berkunjung	40

2.1.3.2 Pengertian Parawisata.....	40
2.1.3.3 Jenis-Jenis Produk Parawisata.....	41
2.1.3.4 Pengelompokan Destinasi Parawisata	42
2.1.3.5 Pengertian Wisatawan	43
2.1.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keputusan Pembelian	44
2.1.3.7 Proses Pengambilan Keputusan Berwisata.....	47
2.1.3.8 Model Perilaku Pembelian Parawisata	48
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu	50
2.2 Kerangka Pemikiran	52
2.3 Hipotesis	62

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	63
3.2 Metode Penelitian	63
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	64
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	66
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	71
3.2.4.1 Populasi	71
3.2.4.2 Sampel	72
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	72
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	78
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	79
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	84
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	86
3.3.1 Teknik Analisis Data.....	86
3.3.2 Rancangan Analisis Deskriptif.....	87
3.3.3 Rancangan Analisis Verifikatif.....	89
3.3.4 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	103

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Kabupaten Garut	106
4.1.1	Profil Kabupaten Garut	106
4.1.2	Visi Misi dan Strategi Kabupaten Garut	107
4.1.3	Logo Kabupaten Garut	109
4.1.4	Produk Kabupaten Garut.....	110
4.2	Keterkaitan Karakteristik Serta Pengalaman Responden.....	117
4.2.1	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dengan Pekerjaan	117
4.2.2	Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Penghasilan	118
4.2.3	Keterkaitan antara Tujuan dan Frekuensi Wisatawan Mengunjungi Kabupaten Garut	119
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan <i>Co-Creation Experiences</i> Kabupaten Garut dan Dimensi-Dimensi <i>Co-Creation Experiences</i>	120
4.3.1	Pelaksanaan <i>Co-Creation Experiences</i> Kabupaten Garut....	120
4.3.2	Pelaksanaan Dimensi-Dimensi <i>Co-Creation Experiences</i> ...	121
4.3.2.1	Variasi dalam <i>Co-Creation Experiences</i>	121
4.3.2.2	Desain dalam <i>Co-Creation Experiences</i>	122
4.3.2.3	Kelengkapan dalam <i>Co-Creation Experiences</i>	123
4.3.2.4	Sensasi dalam <i>Co-Creation Experiences</i>	124
4.3.2.5	Merek dalam <i>Co-Creation Experiences</i>	125
4.3.2.6	Rekapitulasi Indikator <i>Co-Creation Experiences</i>	126
4.4	Identitas Kabupaten Garut.....	129
4.4.1	<i>Brands As Product</i> dalam Identitas Kabupaten garut	129
4.4.2	<i>Brand As Organization</i> dalam Identitas Kabupaten Garut ..	131
4.4.3	<i>Brand As Person</i> dalam Identitas Kabupaten Garut	132
4.4.4	<i>Brand As Symbol</i> dalam Identitas Kabupaten Garut	133
4.4.5	Rekapitulasi Identitas Kabupaten Garut.....	135
4.5	Pelaksanaan Keputusan Berkunjung Kabupaten Garut.....	138
4.5.1	Rekapitulasi Indikator Keputusan Berkunjung	140

4.6 Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Co-Creation Experiences</i>	
Terhadap Identitas Kabupaten Garut	142
4.6.1 Pengujian Simultan	144
4.6.2 Pengujian Parsial.....	146
4.6.3 Pengaruh <i>Co-creation Experiences</i> Terhadap Identitas	
Kabupaten Garut.....	148
4.7 Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Co-Creation Experiences</i>	
Terhadap Keputusan Berkunjung.....	150
4.7.1 Pengujian Simultan	151
4.7.2 Pengujian Parsial.....	153
4.7.3 Pengaruh <i>Co-creation Experiences</i> Terhadap Keputusan	
Berkunjung	155
4.8 Pengujian Hipotesis Pengaruh Identitas Kabupaten Garut	
Terhadap Keputusan Berkunjung.....	157
4.8.1 Pengujian Simultan	159
4.8.2 Pengujian Parsial.....	161
4.8.3 Pengaruh Identitas Kabupaten Garut Terhadap Keputusan	
Berkunjung	163
4.9 Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Co-creation Experiences</i>	
Terhadap Identitas Kabupaten Garut Serta Dampaknya Pada	
Keputusan Berkunjung.....	166
4.9.1 Pengujian Simultan	168
4.9.2 Pengujian Parsial	169

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	171
5.2 Saran.....	172

DAFTAR PUSTAKA..... 175

LAMPIRAN