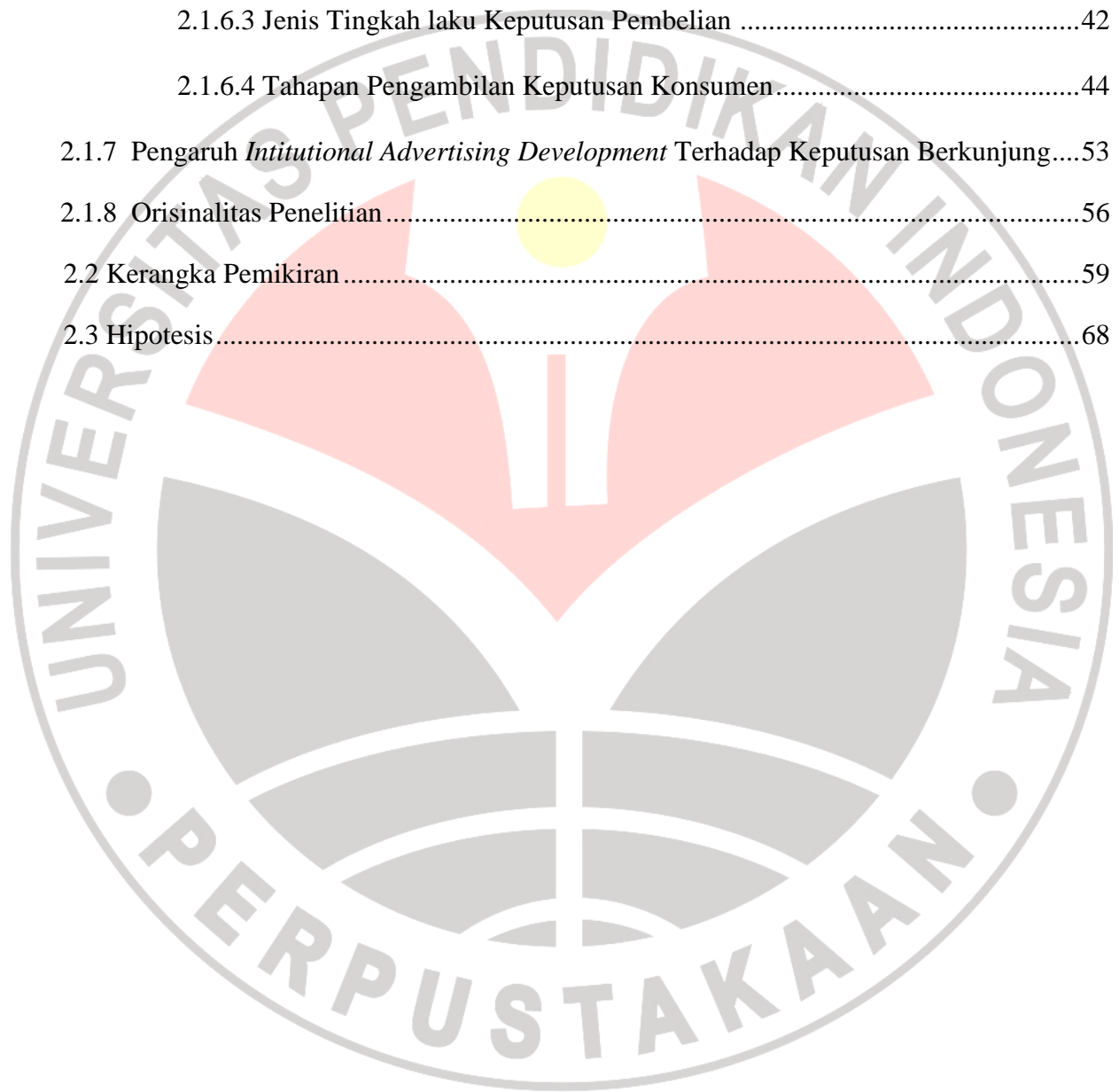


## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>ABSTRAK</b> .....   | i    |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | ii   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                    | iii  |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....                               | iv   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | vi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                      | x    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                     | xiii |
| <b>BAB I</b>   |      |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                             | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                      | 10   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 10   |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                                  | 11   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> |      |
| 2.1 Kajian Pustaka.....  | 12   |
| 2.1.1 <i>Marketing mix</i> .....                               | 12   |
| 2.1.2 Bauran promosi.....                                      | 13   |
| 2.1.3 Iklan.....   | 15   |
| 2.1.4 Jenis-jenis iklan .....                                  | 16   |
| 2.1.5 <i>Institutional Advertising Developmant</i> .....       | 18   |
| 2.1.5.1 Menentukan Tujuan Iklan ( <i>Mission</i> ).....        | 21   |
| 2.1.5.2 Menetapkan Anggaran ( <i>Money</i> ).....              | 23   |
| 2.1.5.3 Mengembangkan Kampanye iklan ( <i>Message</i> ).....   | 25   |
| 2.1.5.4 Memilih Jenis-jenis Media Utama ( <i>Media</i> ) ..... | 27   |

|   |    |
|---|----|
| 2.1.5.5 Mengevaluasi efektifitas Iklan ( <i>Measurement</i> ).....                            | 34 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian .....   | 38 |
| 2.1.6.1 Defenisi keputusan Pembelian Konsumen.....  | 38 |
| 2.1.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan pembelian konsumen .....                    | 38 |
| 2.1.6.3 Jenis Tingkah laku Keputusan Pembelian .....  | 42 |
| 2.1.6.4 Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen.....   | 44 |
| 2.1.7 Pengaruh <i>Inititutional Advertising Development</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.... | 53 |
| 2.1.8 Orisinalitas Penelitian.....  | 56 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....   | 59 |
| 2.3 Hipotesis.....  | 68 |



### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| 3.1       | Objek Penelitian.....                            | 70 |
| 3.2       | Metode Penelitian .....                          | 70 |
| 3.2.1     | Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan ..... | 70 |
| 3.2.2     | Operasionalisasi Variabel .....                  | 72 |
| 3.2.3     | Jenis Dan Sumber Data.....                       | 79 |
| 3.2.4     | Populasi,Sample dan Teknik Sampling.....         | 81 |
| 3.2.4.1   | Populasi .....                                   | 81 |
| 3.2.4.2   | Sampel.....                                      | 82 |
| 3.2.4.3   | Teknik <i>Sampling</i> .....                     | 84 |
| 3.2.5     | Teknik Pengumpulan Data.....                     | 85 |
| 3.2.6     | Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....       | 88 |
| 3.2.6.1   | Pengujian Validitas.....                         | 88 |
| 3.2.6.2   | Pengujian Reliabilitas.....                      | 91 |
| 3.2.7     | Analisis Data .....                              | 93 |
| 3.2.7.1   | Analisis Deskriptif.....                         | 93 |
| 3.2.7.2   | Analisis Verifikatif.....                        | 96 |
| 3.2.7.2.1 | Regresi Linier Sederhana .....                   | 96 |
| 3.2.7.2.2 | Pengujian Hipotesis.....                         | 99 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|          |   |     |
|----------|---|-----|
| 4.1      | Profil Kota Palembang.....  | 101 |
| 4.1.2    | Profil Wisnus Yang Berkunjung Ke Kota Palembang Dilihat dari Karakteristik Demografi dan Pengalaman Responden ..... | 108 |
| 4.2.     | Pengalaman Responden .....  | 115 |
| 4.3      | Tanggapan Responden Terhadap <i>Institutional Advertising Development</i> .....                                     | 121 |
| 4.3.1.2. | Media .....   | 127 |
| 4.3.1.3. | <i>Message</i> .....  | 133 |
| 4.3.1.4. | <i>Measurement</i> .....  | 138 |

|        |  |     |
|--------|--|-----|
| 4.4    | Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Palembang.....   | 143 |
| 4.4.1. | Pemilihan produk .....   | 144 |
| 4.4.2. | Pilihan Merek.....   | 147 |
| 4.4.3. | Jumlah Berkunjung .....  | 150 |
| 4.4.4. | Waktu Berkunjung .....   | 152 |
| 4.4.5. | Saluran Distribusi.....  | 157 |
| 4.4.6. | Metode Pembayaran.....   | 159 |
| 4.5    | Pengaruh <i>Institutional Advertising Development</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Palembang.....       | 162 |
| 4.6    | Pembahasan Hasil Penelitian .....  | 170 |
| 4.6.1  | Gambaran Terhadap <i>Intitutional Advertising Development</i> .....  | 170 |
| 4.6.2  | Gambaran Terhadap Keputusan Berkunjung.....  | 174 |
| 4.6.3  | Pengaruh <i>Intitutional Advertising Development</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisnus ke Kota Palembang..... | 177 |
| 4.7    | Implikasi Hasil Penelitian.....  | 179 |
| 4.7.1  | Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....   | 179 |
| 4.7.2  | Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....  | 180 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan .....  | 183 |
| 5.2 Rekomendasi ..... | 184 |



## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1.1 Statistik Kunjungan Wisatawan Manca Negara di Indonesia.....                     | 1   |
| Tabel 1.2 Perkembangan Wisatawan Nusantara Tahun 2001-2009 .....                           | 2   |
| Tabel 1.3 Potensi Wisata Di Provinsi Sumatera Selatan .....                                | 3   |
| Tabel 1.5 Kunjungan Wisatawan Nusantara Dan Manca Negara Di Sumatera Selatan.....          | 4   |
| Tabel 1.6 Jumlah Kunjungan Pada Tahun 2007-2009 Di Beberapa Destinasi Kota Palembang ..... | 5   |
| Tabel 1.7 Program Kerja Dinas Pariwisata Kota Palembang .....                              | 7   |
| Tabel 1.8 Promosi Yang digunakan Oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang .....                | 8   |
| Tabel 2.1 Jenis-jenis Media Serta Keunggulan dan Keterbatasannya .....                     | 33  |
| Tabel 2.2 Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....                                      | 43  |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....  | 72  |
| Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....   | 80  |
| Tabel 3.3 Populasi Responden Penelitian.....   | 82  |
| Tabel 3.4 Jumlah proporsional Sampel Responden penelitian .....                            | 84  |
| Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas.....   | 89  |
| Tabel 3.6 Interperstasi Besarnya Koefiensi Korelasi .....                                  | 93  |
| Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabelitas .....   | 93  |
| Tabel 3.8 Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden .....                      | 95  |
| Tabel 3.9 Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi .....                                   | 98  |
| Tabel 3.10 Interprestasi Koefisien Determinasi.....  | 99  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                          | 109 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                   | 110 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....                              | 111 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                              | 112 |

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....   | 113 |
| Tabel 4.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wisatawan.....  | 114 |
| Tabel 4.7  | Pengalaman Responden Berdasarkan Kepentingan<br>Berkunjung Ke Kota Palembang.....  | 116 |
| Tabel 4.8  | Pengalaman Responden Berdasarkan Dari Mana<br>Mengetahui Infomasi Tentang Pariwisata Kota Palembang.....                         | 117 |
| Tabel 4.9  | Pengalaman Responden Berdasarkan Tranportasi<br>Yang Digunakan Pada Saat Ke Palembang .....                                      | 118 |
| Tabel 4.10 | Alasan Wisnus Berkunjung Ke Kota Palembang .....   | 120 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Informasi Iklan Pariwisata.....   | 122 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Mengingat<br>Iklan Pariwisata Kota Palembang .....  | 124 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan<br>Iklan Pariwisata Kota Palembang Dalam Membujuk .....                                   | 125 |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Media Dalam<br>Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang.....                            | 127 |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Media Dalam<br>Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang.....                            | 129 |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Media<br>Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang .....                         | 131 |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Terhadap Penilain Media Dalam<br>Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang.....                             | 132 |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan<br>Untuk Memahami Isi Pesan Pariwisata Kota Palembang.....                                | 134 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan<br>Isi Pesan Iklan Pariwisata Kota Palembang.....                                       | 135 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Isi<br>Pesan Iklan Pariwisata Kota Palembang.....   | 137 |
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam<br>Mengingat Setelah Melihat Iklan Pariwisata Kota Palembang.....                   | 139 |
| Tabel 4.22 | Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Iklan<br>Pariwisata Kota Palembang Membangun Kesan Destinasi Wisata Yang Baik.....        | 140 |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Wisnus Untuk Melakukan<br>Kunjungan Setelah Melihat Iklan Pariwisata Kota Palembang ..... | 142 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk Wisata Kota Palembang .....                              | 144 |
| Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Kualitas Produk Kota Palembang .....                          | 146 |
| Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Keunikkan<br>Destinasi Kota Palembang Dibandingkan Destinasi Lain ..... | 148 |
| Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Destinasi Kota Palembang .....                              | 149 |
| Tabel 4.28 Frekuensi Berkunjung Wisnus Ke Kota Palembang.....   | 151 |
| Tabel 4.29 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Week End</i> .....   | 152 |
| Tabel 4.30 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Week Day</i> .....   | 154 |
| Tabel 4.31 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Holiday</i> (Libur) .....                                      | 155 |
| Tabel 4.32 Pemesanan Akomodasi Wisata Via Telepon.....  | 157 |
| Tabel 4.33 Pemesanan Akomodasi Wisata Via <i>Travel Agent</i> .....   | 158 |
| Tabel 4.34 Pembayaran Akomodasi Wisata Secara Tunai .....   | 160 |
| Tabel 4.35 Pembayaran Akomodasi Wisata Secara Kredit .....  | 161 |
| Tabel 4.37 Tabel Uji F.....   | 163 |
| Tabel 4.38 <i>OUTPUT</i> KOEFISIEN REGRESI.....   | 164 |
| Tabel 4.39 Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi .....   | 164 |
| Tabel 4.40 Pengaruh <i>Intitutional Advertising Development</i> Terhadap Keputusan Berkunjung                   | 168 |
| Tabel 4.41 Rekapitulasi Jawaban Untuk Variabel <i>Institutional Advertising Development</i> .....               | 170 |
| Tabel 4.42 Rekapitulasi Jawaban Untuk Variabel Keputusan Berkunjung.....  | 174 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....   | 40  |
| Gambar 2.2 Hubungan Rangsangan Pemasaran Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian .....  | 43  |
| Gambar 2.3 Model Keterlibatan Konsumen .....  | 45  |
| Gambar 2.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....   | 46  |
| Gambar 2.5 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian .....   | 49  |
| Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Keputusan Berkunjung Melalui <i>Institutional Advertising Development</i> Yang Dilakukan Dinas Pariwisata Kota Palembang..... | 67  |
| Gambar 2.7 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Institutional Advertising Development</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Palembang .....       | 68  |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 109 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....  | 110 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....   | 111 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....  | 112 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....  | 113 |
| Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wisatawan.....  | 114 |
| Gambar 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Kepentingan Berkunjung.....   | 116 |
| Gambar 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Dari Mana Informasi Pariwisata Palembang Diperoleh.....   | 117 |
| Gambar 4.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Transportasi Yang Digunakan .....   | 119 |
| Gambar 4.10 Alasan Berkunjung Wisnus Ke Kota Palembang .....  | 120 |
| Gambar 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Informasi Iklan Pariwisata.....  | 123 |
| Gambar 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Mengingat Iklan Pariwisata Kota Palembang .....  | 124 |
| Gambar 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Iklan Pariwisata Kota Palembang Dalam Membujuk.....  | 126 |
| Gambar 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Media Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang.....  | 128 |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Media Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang.....                            | 129 |
| Gambar 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Media Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang .....                         | 131 |
| Gambar 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Media Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang .....                           | 132 |
| Gambar 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Untuk Memahami Isi Pesan Iklan Pariwisata Kota Palembang.....                          | 134 |
| Gambar 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Kemenarikan Isi Pesan Iklan Pariwisata Kota Palembang .....                                      | 136 |
| Gambar 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Isi Pesan Iklan Pariwisata Kota Palembang .....  | 137 |
| Gambar 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Mengingat Setelah Melihat Iklan Pariwisata Kota .....                            | 139 |
| Gambar 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Iklan Pariwisata Kota Palembang Dalam Membangun Kesan Destinasi Wisata Yang Baik ..... | 141 |
| Gambar 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Wisnus Untuk Melakukan Kunjungan Setelah Melihat Iklan Pariwisata Kota Palembang ..... | 143 |
| Gambar 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk Wisata Kota Palembang .....   | 145 |
| Gambar 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Kualitas Produk Wisata Kota Palembang .....  | 146 |
| Gambar 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Keunikkan Destinasi Kota Palembang Dibandingkan Destinasi Lain .....                             | 148 |
| Gambar 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Destinasi Kota Palembang.....  | 149 |
| Gambar 4.28 Frekuensi Berkunjung Wisnus Ke Kota Palembang.....  | 151 |
| Gambar 4.29 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Week End</i> .....  | 153 |
| Gambar 4.30 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Week Day</i> .....  | 154 |
| Gambar 4.31 Pilihan Waktu Berkunjung Pada Saat <i>Holiday</i> (Libur).....  | 156 |
| Gambar 4.32 Pemesanan Akomodasi Wisata Via Telepon .....  | 157 |
| Gambar 4.33 Pemesanan Akomodasi Wisata Via <i>Travel Agent</i> .....  | 159 |
| Gambar 4.34 Pembayaran Akomodasi Wisata Secara Tunai .....  | 160 |
| Gambar 4.35 Pembayaran Akomodasi Wisata Secara Kredit .....   | 162 |