

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 <i>Shopping Destination Strategy</i> dalam Pemasaran Pariwisata ..	16
2.1.1.1 Bentuk <i>Shopping Tourism</i>	19
2.1.1.2 Definisi <i>Shopping Destination Strategy</i>	23
2.1.1.3 Dimensi <i>Shopping Destination Strategy</i>	25
2.1.2 Konsep Keputusan Berkunjung	31
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Berkunjung	31
2.1.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	33
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Kunjungan	37
2.1.3 Pengaruh <i>Shopping Destination Strategy</i> Terhadap Keputusan	
Berkunjung	39

2.1.4 Orsinalitas Penelitian	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.3 Hipotesis.....	51

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	53
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	61
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	62
3.2.4.1 Populasi	62
3.2.4.2 Sampel	63
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	64
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	66
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	66
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	71
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	73
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	73
3.2.7.2 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan dan Pelanggan	
4.1.1 Profil Perusahaan	84

4.1.1.1 Profil Perusahaan <i>Mall</i> Cihampelas Walk.....	84
4.1.1.2 Sejarah Singkat <i>Mall</i> Cihampelas Walk.....	85
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan di <i>Mall</i> Cihampelas Walk.....	86
4.1.1.4 Profil Perusahaan <i>Mall</i> Paris Van Java.....	88
4.1.1.5 Sejarah Singkat Paris Van Java.....	89
4.1.1.6 Produk dan Jasa yang Ditawarkan di <i>Mall</i> Paris Van Java.....	90
4.1.2 Profil Pengunjung Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java.....	94
4.1.2.1 Sebaran Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall Cihampelas Walk</i> dan <i>Mall Paris Van Java</i>	94
4.1.2.2 Daya Tarik Wisata Belanja Mall yang Dikunjungi Dilihat dari Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	95
4.1.2.3 Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall</i> yang Dikunjungi Dilihat dari Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah Pengunjung.....	97
4.1.2.4 Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall</i> yang Dikunjungi Dilihat dari Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	98

4.1.2.5 Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall</i> yang Dikunjungi Dilihat dari Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan dan Rata-Rata Penghasilan.....	99
4.1.3 Pengalaman Pengunjung terhadap Wisata Belanja <i>Mall</i>	
Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java	101
4.1.3.1 Tujuan Datang ke Kota Bandung.....	101
4.1.3.2 Wisata Belanja yang Paling Disukai	103
4.1.3.3 Rata-Rata Berbelanja Ke Kota Bandung dalam Satu Bulan	104
4.1.3.4 Wisata Belanja <i>Mall</i> Favorit di Kota Bandung yang Sering dikunjungi	105
4.2.3.5 Isi <i>Mall</i> (Gerai atau <i>Tenant</i>) yang Sering dikunjungi Ketika Berkunjung ke Wisata Belanja <i>Mall</i> Kota Bandung (<i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java).....	107
4.2.3.6 Rata-Rata Pengeluaran Setiap Melakukan Pembelian di Wisata Belanja <i>Mall</i> Kota Bandung (<i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java).....	110
4.2.3.7 Aktivitas yang dilakukan di Dalam Wisata Belanja <i>Mall</i> Kota Bandung (<i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java)	111

4.2	Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Shopping destination strategy</i>	
	di Daya Tarik Wisata Belanja <i>Mall</i>	113
	4.2.1. <i>Location</i>	115
	4.2.2 <i>Shopping Venue Design</i>	117
	4.2.3. <i>Display Layout</i>	119
	4.2.4. Rekapitulasi Kinerja Variabel <i>Shopping destination strategy</i>	122
4.3.	Tanggapan Pengunjung terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung.....	123
	4.3.1. Keputusan Berkunjung pada Wisata Belanja <i>Mall</i> Cihampelas	
	Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java.....	123
	4.2.3. . Rekapitulasi Kinerja Variabel <i>Display Layout</i>	126
4.4.	Uji Beda <i>Shopping Destination Strategy</i> pada Wisata Belanja <i>Mall</i>	
	(<i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java)	126
	4.4.1. Uji Beda pada Dimensi <i>Location</i>	128
	4.4.2. . Uji Beda pada Dimensi <i>Shopping Venue Design</i>	128
	4.4.3. . Uji Beda pada Dimensi <i>Display Layout</i>	129
4.5	Uji Beda Keputusan Berkunjung pada Wisata Belanja <i>Mall</i>	
	(<i>Mall</i> Cihampelas Walk dan <i>Mall</i> Paris Van Java	130
	4.5.1 Uji Beda dalam Dimensi Keputusan Berkunjung	130
4.6	Pengaruh <i>Shopping Destination Strategy</i> terhadap Keputusan	
	Berkunjung	131
4.7	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	137
	4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	137
	4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	138

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	140
5.2 Rekomendasi.....	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

