

DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Strategi <i>positioning</i>	14
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian	26
2.1.3 Pengaruh Strategi <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.1.4 Orisinalitas 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	54
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan	54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	55

3.2.3 Jenis dan Sumber Data	59
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	60
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	64
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	66
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Pusat Primata Schmutzer dan Wisatawan Yang Berkunjung ..	81
4.1.1 Profil Pusat Primata Schmutzer	81
4.1.2 Profil Wisatawan Pusat Primata Schmutzer	86
4.2 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> Pusat Primata Schmutzer Sebagai Wahana Wisata Edukasi	97
4.2.1 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahana Wisata Edukasi Melalui Indikator Nilai	98
4.2.2 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahana Wisata Edukasi Melalui Indikator Keunikan	101
4.2.3 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahana Wisata Edukasi Melalui Indikator Kredibilitas	105
4.2.4 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahan Wisata Edukasi Melalui Indikator Keberlanjutan	108
4.2.5 Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahan Wisata Edukasi Melalui Indikator Kesesuaian.....	111
4.2.6 Rekapitulasi Gambaran Strategi <i>Positioning</i> Pusat Primata Schmutzer Sebagai Wahana Wisata Edukasi	115
4.3 Gambaran Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pusat Primata Schmutzer.....	117
4.3.1 Pemilihan Produk.....	117
4.3.2 Pemilihan Merek.....	121
4.3.3 Pemilihan Distribusi.....	124
4.3.4 Pemilihan Waktu Kunjungan.....	126
4.3.5 Intensitas Kunjungan Wisatawan.....	130

4.3.6 Rekapitulasi Gambaran Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pusat Primata Schmutzer.....	131
4.4 Pengaruh Strategi <i>Positioning</i> Pusat Primata Schmutzer Sebagai Wahana Wisata Edukasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	133
4.4.1 Kriteria Pengujian.....	133
4.4.2 Uji Asumsi Regresi.....	133
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	140
4.5.1 Temuan Yang Bersifat Empirik.....	140
4.5.2 Temuan Yang Bersifat Teoritik.....	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	143
5.2 Rekomendasi.....	144
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

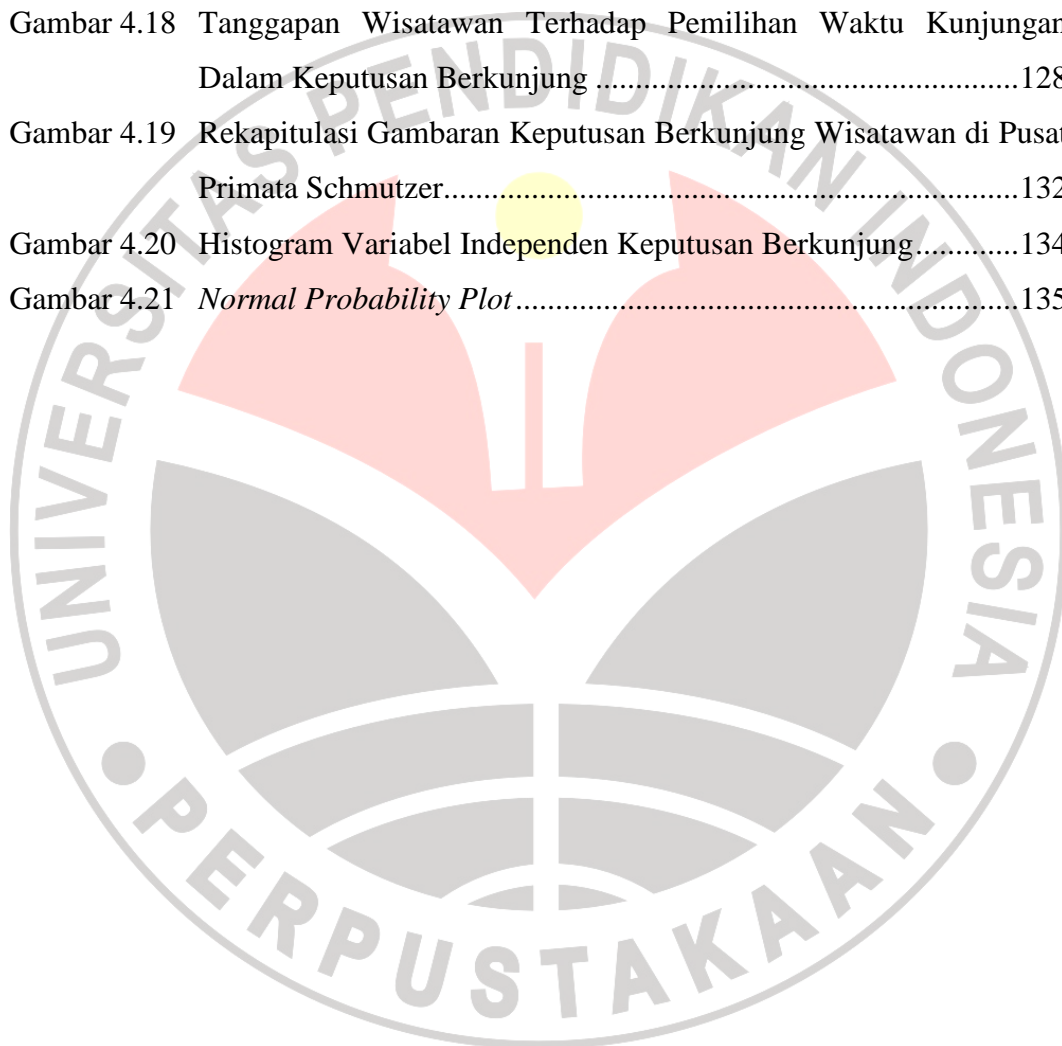
No.Tabel	Judul Tabel	Hal.
Tabel 1.1	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Indonesia Tahun 2005-2009	2
Tabel 1.2	Daftar Destinasi Unggulan di DKI Jakarta	5
Tabel 1.3	Atraksi Yang Terdapat di Taman Margasatwa Ragunan	6
Tabel 1.4	Tingkat Kunjungan Wahan di Taman Margasatwa Ragunan	7
Tabel 1.5	Upaya Meningkatkan Kunjungan di Pusat Primata Schmutzer	8
Tabel 1.6	Program Edukasi di Pusat Primata Schmutzer.....	10
Tabel 2.1	Analisis Perilaku Konsumen.....	27
Tabel 2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	29
Tabel 2.3	Keterlibatan Keputusan Pembelian.....	33
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan Penelitian Ini	40
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	60
Tabel 3.3	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	68
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	69
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	73
Tabel 3.6	Alternatif Jawaban Menurut Skala <i>Likert</i>	74
Tabel 4.1	Daftar Satwa Pusat Primata Schmutzer	83
Tabel 4.2	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Gender dan Usia.....	86
Tabel 4.3	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Usia dan Status Marital	87
Tabel 4.4	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Pekerjaan dan Sumber Dalam Mendapatkan Informasi Tentang PPS	89
Tabel 4.5	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Pendidikan Akhir dan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan.....	90
Tabel 4.6	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Asal Wisatawan dan Frekuensi Kunjungan Dalam Satu Tahun Terakhir	93

Tabel 4.7	Aktivitas Yang Paling Disukai Wisatawan di PPS	94
Tabel 4.8	Motivasi Wisatawan Dalam Mengunjungi PPS.....	96
Tabel 4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap Nilai	98
Tabel 4.10	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keunikan	102
Tabel 4.11	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kredibilitas	105
Tabel 4.12	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keberlanjutan	109
Tabel 4.13	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kesesuaian.....	112
Tabel 4.14	Tanggapan Wisatawan Mengenai Strategi <i>Positioning</i> Pusat Primata Schmutzer Sebagai Wahana Wisata Edukasi.....	115
Tabel 4.15	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk.....	118
Tabel 4.16	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Merek	121
Tabel 4.17	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Distribusi.....	124
Tabel 4.18	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan	127
Tabel 4.19	Tanggapan Wisatawan Terhadap Intensitas Kunjungan.....	130
Tabel 4.20	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Pusat Primata Schmutzer	131
Tabel 4.21	<i>Output Anova</i>	135
Tabel 4.22	<i>Output</i> Pengaruh Strategi <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	136
Tabel 4.23	<i>Output</i> Koefisien Regresi.....	137
Tabel 4.24	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	138

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Hal.
Gambar 2.1	<i>Segmenting Targeting dan Positioning</i>	16
Gambar 2.2	Pengembangan Strategi <i>Positioning</i>	25
Gambar 2.3	<i>Hospitality Decision Types</i>	34
Gambar 2.4	Model Perilaku Pembelian	37
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh Strategi <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	49
Gambar 2.6	Paradigma Penelitian Pengaruh Strategi <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	50
Gambar 3.1	Diagram Jalur Hipotesis	79
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Taman Margasatwa Ragunan-Pusat Primata Schmutzer	85
Gambar 4.2	Jenis Wisatawan PPS Dilihat Dari Gender dan Usia.....	87
Gambar 4.3	Jenis Wisatawan PPS Berdasarkan Usia dan Status Marital.....	88
Gambar 4.4	Jenis Wisatawan Dilihat Dari Pekerjaan dan Sumber Dalam Mendapatkan Informasi Tentang PPS	90
Gambar 4.5	Jenis Wisatawan Pusat Primata Schmutzer Dilihat Dari Pendidikan Akhir dan Rata-rata Pendapatan Per Bulan	92
Gambar 4.6	Jenis Wisatawan PPS Dilihat Dari Asal Wisatawan dan Frekuensi Kunjungan Dalam Satu Tahun Terakhir.....	94
Gambar 4.7	Aktivitas Yang Paling Disukai Wisatawan di PPS.....	95
Gambar 4.8	Jenis Wisatawan PPS Dilihat Dari Motivasi Berkunjung	97
Gambar 4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap Nilai	100
Gambar 4.10	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keunikan PPS	103
Gambar 4.11	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kredibilitas PPS.....	106
Gambar 4.12	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keberlanjutan PPS	110
Gambar 4.13	Tanggapan Wisatawan Terhadap Kesesuaian PPS.....	113
Gambar 4.14	Rekapitulasi Gambaran Strategi <i>Positioning</i> PPS Sebagai Wahana Wisata Edukasi	116

Gambar 4.15	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Produk Dalam Keputusan Berkunjung	119
Gambar 4.16	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Merek Dalam Keputusan Berkunjung	122
Gambar 4.17	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Distribusi Dalam Keputusan Berkunjung	125
Gambar 4.18	Tanggapan Wisatawan Terhadap Pemilihan Waktu Kunjungan Dalam Keputusan Berkunjung	128
Gambar 4.19	Rekapitulasi Gambaran Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pusat Primata Schmutzer.....	132
Gambar 4.20	Histogram Variabel Independen Keputusan Berkunjung.....	134
Gambar 4.21	<i>Normal Probability Plot</i>	135



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen Penelitian
- Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 2 Koding Data
- Lampiran 3 Output SPSS
- Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
- Curriculum Vitae

