

DAFTAR ISI

Hal

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1. Media Periklanan Luar Ruang	13
2.1.2. Keputusan Berkunjung Di Atraksi Wisata Tirta Tapta Pemali	36
2.1.3. Peranan Media Periklanan Luar Ruang Dalam Menciptakan Keputusan Berkunjung	46
2.1.4. Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	47
2.2. Kerangka Pemikiran	49
2.3. Hipotesis	56

BAB III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	59
3.2. Metode Penelitian	60
3.2.1. Jenis Dan Metode Yang Digunakan.....	60
3.3. Operasional Variabel	63
3.4. Jenis dan Sumber Data	65
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	67
3.5.1. Populasi	67
3.5.2. Sampel.....	69
3.5.3. Teknik Sampling	71
3.6. Teknik Pengumpulan Data dan Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.6.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	73
3.7. Rancangan Analisa Data Dan Pengujian Hipotesis.....	82
3.7.1. Rancangan Analisa Data	82
3.7.2. <i>Method Of Successive Interval (MSI)</i>	83
3.7.3. Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
3.8. Pengujian Hipotesis	86

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan Dan Produk/Jasa Ditawarkan	94
4.1.1. Profil Perusahaan.....	94
4.1.2. Profil Wisatawan yang Berkunjung ke Tirta Tapta Pemali.....	102
4.1.2.1. Karakteristik Responden.....	102

4.1.2.2. Pengalaman Responden	108
4.1.2.3. Keterkaitan Antara Karakteristik Responden Dengan Pengalaman Responden.....	114
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	116
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Kalimat Pada Media Periklanan Luar Ruang.....	117
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Kreatifitas Pada Media Periklanan Luar Ruang.....	119
4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Latar Belakang Pada Media Periklanan Luar Ruang.....	122
4.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Identifikasi Pada Media Periklanan Luar Ruang.....	124
4.2.5. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Media Periklanan Luar Ruang.....	126
4.3. Tanggapan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Atraksi Wisata Tirta Tapta Pemali.....	129
4.3.1. Pemilihan Produk	129
4.3.2. Pemilihan Merek	131
4.3.3. Pemilihan Penyalur	132
4.3.4. Pemilihan Waktu Berkunjung	134
4.3.5. Pemilihan Jumlah Berkunjung	135
4.3.6. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Domestik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Atraksi Wisata Tirta Tapta Pemali	137

4.4. Peranan Media Periklanan Luar Ruang Dalam Menciptakan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Atraksi Wisata Tirta Tapta Pemali.....	139
4.4.1. Hasil Uji Asumsi Regresi.....	139
4.4.2. Hasil Pengujian Secara Simultan	143
4.4.3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	145
4.4.4. Secara Parsial	146
4.4.5. Model Persamaan Regresi Berganda.....	148
4.5. Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	149
4.5.1. Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	149
4.5.2. Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	151
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	154
5.2. Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia Tahun 2007-2009	4
Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2004 – 2009.....	5
Tabel 1.3. Beberapa Potensi Wisata Yang Terdapat Di Pulau Bangka	6
Tabel 1.4. Data Statistik Pengunjung Tirta Tapta Pemali Tahun 2005-2009	7
Tabel 1.5. Biaya Promosi Tirta Tapta Pemali Tahun 2005-2010	8
Tabel 1.6. Media Periklanan Tirta Tapta Pemali Bangka	9
Tabel 2.1. Pengertian <i>Advertising</i>	14
Tabel 2.2. Tujuan Periklanan	15
Tabel 2.3. Jenis-Jenis Media Periklanan	21
Tabel 2.4. Definisi Media Periklanan Luar Ruang	23
Tabel 2.5. Penelitian Yang Berkaitan Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan	47
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	64
Tabel 3.2. Jenis Dan Sumber Data	67
Tabel 3.3. Teknik Pengambilan Data.....	73
Tabel 3.4. Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	75
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	76
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	81
Tabel 3.7. Skor Alternatif Jawaban.....	83
Tabel 4.1. Jenis Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan TTP	99
Tabel 4.2. Jenis-Jenis Media Luar Ruang Yang Digunakan TTP.....	101

Tabel 4.3.	Ukuran Dan Jumlah Media Luar Ruang TTP Setiap Tahun.....	102
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	103
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	104
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan per Bulan.....	105
Tabel 4.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	107
Tabel 4.8.	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Yang Sering Dikunjungi Di Bangka	108
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung Ke TTP.....	110
Tabel 4.10.	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Media Luar Ruang Yang Sering Memberikan Informasi TTP	111
Tabel 4.11.	Pengalaman Responden Berdasarkan Atraksi Wisata Yang Paling Menarik Di TTP.....	112
Tabel 4.12.	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengeluaran Perorangan Ketika Berkunjung Ke TTP	113
Tabel 4.13.	Keterkaitan Antara Pendapatan Per Bulan Dengan Pengeluaran Perorangan Ketika Berkunjung Ke TTP	115
Tabel 4.14.	Tanggapan Responden Terhadap Kalimat Pada Media Periklanan Luar Ruang	117
Tabel 4.15.	Tanggapan Responden Terhadap Kreatifitas Pada Media Periklanan Luar Ruang	120
Tabel 4.16.	Tanggapan Responden Terhadap Latar Belakang Pada Media Periklanan Luar Ruang	122
Tabel 4.17.	Tanggapan Responden Terhadap Identifikasi Pada Media Periklanan Luar Ruang	124

Tabel 4.18. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Media Periklanan Luar Ruang.....	127
Tabel 4.19. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	129
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek	131
Tabel 4.21. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur.....	133
Tabel 4.22. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung	134
Tabel 4.23. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Jumlah Berkunjung	136
Tabel 4.24. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung.....	137
Tabel 4.25. Uji Heteroskedastisitas.....	142
Tabel 4.26. Uji Multikolinieritas Pada Nilai VIF.....	142
Tabel 4.27. Coeficient Correlations	143
Tabel 4.28. Tabel Anova.....	143
Tabel 4.29. Model Summary.....	145
Tabel 4.30. Coeficient.....	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	37
Gambar 2.2. Proses Keputusan Berkunjung	42
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Peranan Media Periklanan Luar Ruang Dalam Menciptakan Keputusan Berkunjung Di Tirta Tapta Pemali Bangka.....	55
Gambar 2.4. Paradigma Penelitian Hubungan Media Periklanan Luar Ruang Terhadap Keputusan Berkunjung	56
Gambar 3.1. Struktur Kausal X dan Y	89
Gambar 3.2. Sub Struktur.....	90
Gambar 4.1. Struktur Organisasi TTP Bangka	96
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia ...	104
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	105
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Setiap Bulan	106
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Pekerjaan	107
Gambar 4.6. Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Yang Sering Dikunjungi Di Bangka	109
Gambar 4.7. Pengalaman Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung Ke TTP	110
Gambar 4.8. Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Media Luar Luar Yang Sering Memberikan Informasi TTP	112
Gambar 4.9. Pengalaman Responden Berdasarkan Atraksi yang Paling Menarik Di TTP	113

Gambar 4.10. Pengalaman Responden Berdasarkan Pengeluaran Perorangan Berkunjung Ke TTP	114
Gambar 4.11. Keterkaitan Antara Pendapatan Per Bulan Dan Pengeluaran Ketika Berkunjung Ke TTP.....	116
Gambar 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Kalimat Pada Media Periklanan Luar Ruang	119
Gambar 4.13. Tanggapan Responden Terhadap Kreatifitas Pada Media Periklanan Luar Ruang	121
Gambar 4.14. Tanggapan Responden Terhadap Latar Belakang Pada Media Periklanan Luar Ruang	123
Gambar 4.15. Tanggapan Responden Terhadap Identifikasi Pada Media Periklanan Luar Ruang	126
Gambar 4.16. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk	130
Gambar 4.17. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	132
Gambar 4.18. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur.....	134
Gambar 4.19. Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung .	135
Gambar 4.20. Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Berkunjung.....	137
Gambar 4.21. Histogram Dependent Variable Keputusan Berkunjung.....	140
Gambar 4.22. Normal Probability Plot	141
Gambar 4.23. Diagram Struktur Hipotesis.....	148

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Foto Jenis Media Periklanan Luar Ruang Tirta Tapta Pemali Bangka
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas SPSS Media Periklanan Luar Ruang (X)
Correlations
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas SPSS Keputusan Berkunjung (Y) Correlations
- Lampiran 5. Uji Reliabelitas Media Periklanan Luar Ruang (X)
- Lampiran 6. Hasil Kodingan Karakteristik dan Pengalaman Responden
- Lampiran 7. Hasil Kodingan Keputusan Berkunjung (VARIABEL Y)
- Lampiran 8. Hasil Transformasi MSI Media Periklanan Luar Ruang (X)
- Lampiran 9. Hasil Transformasi MSI Keputusan Berkunjung (Y)
- Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Berganda
- Lampiran 11. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 12. Rekap Bimbingan
- Lampiran 13. Surat Keputusn Dosen Pembimbing
- Lampiran 14. *Curriculum Vitae* Penulis