

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
1. Gunawan (2009)	10
2. Dwihapsari (2012)	11
3. Efendi (2015)	12
4. Tumvila (2015)	13
5. Montung, Sepang, Adare (2015).....	15
B. Tinjauan Teoritis.....	22
1. Pengertian Pariwisata	22
2. Pengembangan Pariwisata	22
a. Pengertian Pengembangan Pariwisata	22
3. Produk Wisata.....	23
a. Pengembangan Produk	24
1. Cara Pengembangan Produk.....	26
2. Jenis Pengembangan Produk	26
3. Tujuan Pengembangan Produk.....	29
4. <i>Theme Park</i>	29
a. Pengertian <i>Theme Park</i>	29
b. Arsitektur <i>Theme Park</i>	30
c. Karakteristik <i>Theme Park</i>	32
5. Persepsi Harga.....	32
6. Kepuasan Wisatawan	34
a. Pengertian Kepuasan Wisatawan	34
C. Hubungan Antar Variabel Penelitian	36

1. Hubungan Antara Pengembangan Produk <i>Theme Park</i> dan Kepuasan Wisatawan	36
2. Hubungan Antara Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan	37
D. Model Konsep	38
E. Model Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN40

A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Variabel dan Skala Pengukuran	41
1. Variabel	41
2. Defenisi Operasional	42
3. Skala Pengukuran	44
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
1. Populasi	45
2. Sampel	45
3. Teknik Pengambilan Sampel	47
E. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Sumber Data	47
2. Metode Pengumpulan Data	49
3. Instrumen Penelitian	49
F. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Kualitas Data	50
b. Uji Validitas	50
c. Uji Reliabilitas	51
2. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas Data	52
b. Uji Asumsi Multikolinieritas	53
c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas	53
3. Analisis Data	54
4. Pengujian Hipotesis	56
a. Uji F	57
b. Uji t	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....59

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1. Gambaran Umum Taman Rekreasi Selecta	59
2. Sejarah	61
a. PT. Selecta	61
b. Sejarah <i>Theme Park</i>	62
3. Bentuk Hukum Perusahaan	65
4. Lokasi Perusahaan	65
5. Bidang Usaha	65
6. Logo Perusahaan	66
7. Visi dan Misi PT. Selecta	67

a. Visi	67
b. Misi	67
8. Struktur Organisasi PT. Selecta	67
B. Gambaran Umum Responden	69
1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	69
2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	71
4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	74
6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Berapa kali berkunjung ke Taman Rekreasi Selecta	75
7. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bagaimana cara memperoleh informasi tentang Taman Rekreasi Selecta	76
C. Analisis Data Deskriptif	78
1. Variabel Lini Produk Baru	78
2. Variabel Penyempurnaan Produk.....	82
3. Variabel <i>Re-positioning</i>	87
4. Variabel Persepsi Harga.....	92
5. Variabel Kepuasan Wisatawan	94
D. Hasil Uji Instrumen penelitian	97
1. Hasil Uji Validitas.....	97
2. Hasil Uji Reliabilitas	98
E. Uji Asumsi Klasik.....	99
1. Hasil Uji Normalitas Data.....	99
2. Hasil Uji Multikolinieritas	101
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
F. Analisis Regresi Linier Berganda	103
G. Uji Hipotesis	106
1. Uji Koefisien Determinasi	106
2. Uji Signifikansi Simultan (F).....	107
3. Uji Signifikansi Parsial (t).....	108
H. Pembahasan.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
1. Kesimpulan	116
2. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HALAMAN
Tabel 1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Batu tahun 2012-2014	5
Tabel 2	Mapping Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3	Variabel, Indikator dan <i>Item</i>	42
Tabel 4	Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 5	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 6	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 7	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
Tabel 8	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 9	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Daerah Asal	74
Tabel 10	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan umlah kunjungan ke Taman Rekreasi Selecta	76
Tabel 11	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan cara memperoleh informasi tentang Taman Rekreasi Selecta	77
Tabel 12	Distribusi Frekuensi Variabel Lini Produk Baru	78
Tabel 13	Distribusi Frekuensi Variabel Penyempurnaan Produk	83
Tabel 14	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Re-positioning</i>	88
Tabel 15	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga	92
Tabel 16	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wisatawan.....	95
Tabel 17	Hasil Uji Validitas Instrumen	97
Tabel 18	Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Tabel 19	Pengujian Multikolinieritas	101
Tabel 20	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	103
Tabel 21	Hasil <i>Adjusted R Square</i>	106
Tabel 22	Hasil Uji F.....	107
Tabel 23	Hasil Uji t.....	108

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
Gambar 1	Model Konsep	38
Gambar 2	Model Hipotesis	39
Gambar 3	Logo PT. Selecta	66
Gambar 4	Bagan Struktur Organisasi	67
Gambar 5	Bagan Unit Usaha	68
Gambar 6	Bagan Unit Taman Rekreasi	68
Gambar 7	Bagan Unit Hotel.....	68
Gambar 8	Bagan Unit Restoran	69
Gambar 9	Diagram P-P Plot Hasil Uji Normalitas	100
Gambar 10	Histogram Hasil Uji Normalitas.....	100
Gambar 11	<i>Scatter Plot</i> Asumsi Heteroskedastisitas.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	JUDUL	HALAMAN
Lampiran 1	Perhitungan Sampel Rumus Machin Campbell.....	124
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden	132
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lini Produk Baru	167
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penyempurnaan Produk	162
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Re-positioning</i>	166
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Harga	168
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Wisatawan	169
Lampiran 9	Distribusi Frekuensi Identitas Responden	170
Lampiran 10	Distribusi Frekuensi Variabel Lini Produk Baru	174
Lampiran 11	Distribusi Frekuensi Variabel Penyempurnaan Produk.....	176
Lampiran 12	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Re-positioning</i>	178
Lampiran 13	Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga.....	180
Lampiran 14	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Wisatawan	181
Lampiran 15	Mean Variabel	182
Lampiran 16	Uji Asumsi Klasik	185
Lampiran 17	Pengaruh Lini Produk Baru (X1), Penyempurnaan Produk (X2), <i>Re-positioning</i> (X3), Dan Persepsi Harga (X4) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) (Regresi Linier Berganda).....	187
Lampiran 18	Gambar-gambar	188