

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Studi	5
1.5.1 Ruang Lingkup Materi.....	5
1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Kerangka Pemikiran.....	9
1.8 Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Umum Pariwisata.....	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	11
2.1.2 Wisatawan.....	12
2.1.3 Tipologi Wisatawan.....	13
2.1.4 Jenis Jenis Pariwisata.....	15
2.1.5 Unsur-Unsur Perjalanan Wisata.....	22
2.2 Tinjauan Komponen Wisata.....	22
2.2.1 Komponen Penawaran Pariwisata.....	22
2.2.2 Komponen Permintaan Pariwisata	24
2.3 Tinjauan Wisata Belanja	25
2.3.1 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan	25
2.3.2 Komponen Penilaian Wisata Belanja.....	31
2.4 Persepsi.....	32
2.4.1 Pengertian Persepsi	32
2.4.2 Faktor-Faktor Penentu Persepsi	32
2.5 Pariwisata Sebagai Industri	33

2.5.1 Produk Wisata	33
2.5.2 Ciri-ciri Industri Pariwisata	34
2.5.3 Industri Jasa Pariwisata	34
2.6 Importance Performance Analysis (IPA)	35
2.7 Kerangka Teori	38

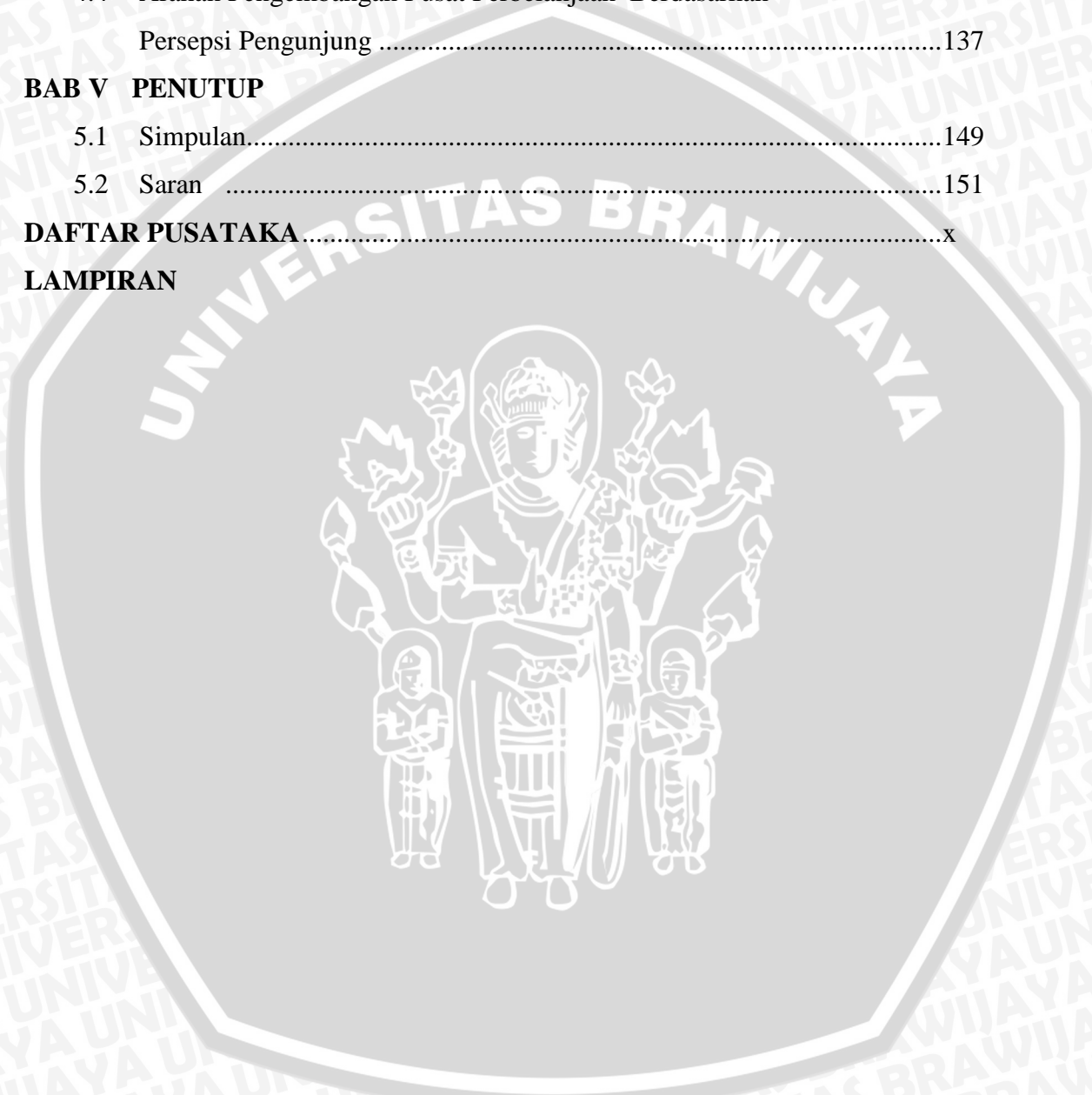
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi Penelitian	39
3.3 Variabel Penelitian	40
3.4 Pengumpulan Data	42
3.4.1 Jenis-jenis Data	42
3.4.2 Metode Pengambilan Data	43
3.5 Metode Penarikan Sampel	44
3.5.1 Populasi Pusat Perbelanjaan	44
3.5.2 Populasi Pengunjung/Wisatawan	44
3.6 Metode Analisis	46
3.6.1 Analisis Klasifikasi Pusat Perbelanjaan	46
3.6.2 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)	46
3.7 Tahapan Penelitian	49
3.7.1 Studi Literatur	49
3.7.2 Pekerjaan, Persiapan, dan Pengamatan Pendahuluan	49
3.7.3 Analisis Data	49
3.7.4 Pembahasan dan Kesimpulan	50
3.7.5 Desain Survey	50
3.8 Kerangka Analisa	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	55
4.1.1 Gambaran Umum Kota Surabaya	55
4.1.2 Gambaran Umum Wisata Belanja Kota Surabaya	59
4.1.3 Gambaran Umum Pengunjung Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	62
4.1.4 Gambaran Umum Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	65
4.2 Analisis Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	85
4.3 Evaluasi Performance Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	

Berdasarkan Persepsi Pengunjung	112
4.3.1 Evaluasi Pusat Perbelanjaan <i>Community Center</i>	112
4.3.2 Evaluasi Pusat Perbelanjaan <i>Regional Mall</i>	120
4.3.3 Evaluasi Pusat Perbelanjaan <i>Super Regional Mall</i>	127
4.3.4 Evaluasi Pusat Perbelanjaan <i>Hipermarket</i>	134
4.4 Arahan Pengembangan Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Persepsi Pengunjung	137
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	149
5.2 Saran	151
DAFTAR PUSATAKA	x
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Klasifikasi Pariwisata Minat Khusus	21
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	40
Tabel 3.2	Jumlah dan Lokasi Persebaran Sampel Responden	45
Tabel 3.3	Desain Survey	51
Tabel 4.1	Daftar Kecamatan dan Kelurahan Di Kota Surabaya	55
Tabel 4.2	Data Penggunaan Lahan Di Kota Surabaya	56
Tabel 4.3	Karakteristik Pusat-Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	66
Tabel 4.4	Lokasi Persebaran Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	77
Tabel 4.5	Analisis Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	86
Tabel 4.6	Variabel Penilaian <i>Community Center</i> Pada Kuadran I Diagram Kartesius	115
Tabel 4.7	Variabel Penilaian <i>Community Center</i> Pada Kuadran II Diagram Kartesius	116
Tabel 4.8	Variabel Penilaian <i>Community Center</i> Pada Kuadran III Diagram Kartesius	117
Tabel 4.9	Variabel Penilaian <i>Community Center</i> Pada Kuadran IV Diagram Kartesius	118
Tabel 4.10	Overlay Klasifikasi Pusat Perbelanjaan <i>Community Center</i> Kota Surabaya	119
Tabel 4.11	Variabel Penilaian <i>Regional Mall</i> Pada Kuadran I Diagram Kartesius	122
Tabel 4.12	Variabel Penilaian <i>Regional Mall</i> Pada Kuadran II Diagram Kartesius	124
Tabel 4.13	Variabel Penilaian <i>Regional Mall</i> Pada Kuadran III Diagram Kartesius	125
Tabel 4.14	Variabel Penilaian <i>Regional Mall</i> Pada Kuadran IV Diagram Kartesius	126
Tabel 4.15	Overlay Klasifikasi Pusat Perbelanjaan <i>Regional Mall</i> Kota Surabaya	127
Tabel 4.16	Variabel Penilaian <i>Super Regional Mall</i> Pada Kuadran I Diagram Kartesius	129
Tabel 4.17	Variabel Penilaian <i>Super Regional Mall</i> Pada Kuadran II Diagram Kartesius	131

Tabel 4.18 Variabel Penilaian <i>Super Regional Mall</i> Pada Kuadran III	
Diagram Kartesius	132
Tabel 4.19 Variabel Penilaian <i>Super Regional Mall</i> Pada Kuadran IV	
Diagram Kartesius	133
Tabel 4.20 Overlay Klasifikasi Pusat Perbelanjaan <i>Super Regional Mall</i>	
Kota Surabaya	134
Tabel 4.21 Variabel Penilaian <i>Hipermarket</i> Pada Kuadran I	
Diagram Kartesius	136
Tabel 4.22 Variabel Penilaian <i>Hipermarket</i> Pada Kuadran II	
Diagram Kartesius	138
Tabel 4.23 Variabel Penilaian <i>Hipermarket</i> Pada Kuadran III	
Diagram Kartesius	138
Tabel 4.24 Variabel Penilaian <i>Hipermarket</i> Pada Kuadran IV	
Diagram Kartesius	139
Tabel 4.25 Overlay Klasifikasi Pusat Perbelanjaan <i>Hipermarket</i>	
Kota Surabaya	140
Tabel 4.26 Variabel Pada Kuadran IV Masing-masing	
Kelompok Pusat Perbelanjaan	140



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Administrasi Kota Surabaya	8
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2.1 Tipologi Wisatawan Menurut Theobald	15
Gambar 2.2 Diagram Kartesius	37
Gambar 2.3 Kerangka Teori	38
Gambar 3.1 Diagram Kartesius	48
Gambar 3.2 Kerangka Analisis	54
Gambar 4.1 Peta Administrasi Kota Surabaya	57
Gambar 4.2 Peta Pembagian Wilayah Kota Surabaya.....	58
Gambar 4.3 Peta Surabaya Shopping and Cullinary Track	61
Gambar 4.4 Prosentase Asal Pengunjung Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	63
Gambar 4.5 Prosentase Pengunjung Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.6 Prosentase Pengunjung Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
Gambar 4.7 Prosentase Alasan Pengunjung Dalam Mengunjungi Pusat Perbelanjaan.....	64
Gambar 4.8 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	79
Gambar 4.9 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Surabaya Pusat	80
Gambar 4.10 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Surabaya Utara	81
Gambar 4.11 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Surabaya Timur	82
Gambar 4.12 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Surabaya Selatan	83
Gambar 4.13 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan Surabaya Barat	84
Gambar 4.14 Prosentase Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	102
Gambar 4.15 Peta Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya Berdasarkan Teori 1	103
Gambar 4.16 Prosentase Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya Berdasarkan Fungsi dan Kegiatan	104
Gambar 4.17 Peta Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya Berdasarkan Fungsi dan Kegiatan	106
Gambar 4.18 Prosentase Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya Berdasarkan Sistem Transaksi Penjualan	107
Gambar 4.19 Peta Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya	

Berdasarkan Sistem Transaksi	109
Gambar 4.20 Peta Klasifikasi Pusat Perbelanjaan Kota Surabaya Berdasarkan Lokasi.....	111
Gambar 4.21 Diagram Kartesius Performance Pusat Perbelanjaan Community Center Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung.....	114
Gambar 4.22 Diagram Kartesius Performance Pusat Perbelanjaan Regional Mall Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung.....	121
Gambar 4.23 Diagram Kartesius Performance Pusat Perbelanjaan Super Regional Mall Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung.....	128
Gambar 4.24 Diagram Kartesius Performance Pusat Perbelanjaan Hipermarket Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung	135
Gambar 4.25 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan dan Hotel Kota Surabaya	143

