

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Praktis	4
1.5.2 Manfaat Teoritis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Wisata Ramah Muslim	10
2.2.2 Kepuasan Wisatawan	16
2.2.3 Minat Kunjungan Kembali	10
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.2 Metode Pengambilan Sampel	24
3.2.1 Populasi Penelitian	24
3.2.2 Metode Sampel Penelitian	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Operasional Variabel	27
3.5 Metode Analisis Data	29
3.5.1 Teknik Analisis Data	29
3.5.2 Metode Penyajian Data	32
3.5.3 Alat Analisis Data	32
3.5.4 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV WISATA RAMAH MUSLIM DI JEPANG	39
4.1 Perkembangan Wisata Ramah Muslim di Jepang	39
4.2 Gambaran Umum Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Tokyo	43
4.2.1 Wisata Ramah Muslim di Shibuya	44
4.2.2 Wisata Ramah Muslim di Shinjuku atau Okubo	47
4.2.3 Wisata Ramah Muslim di Ginza	49

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Profil Responden	52
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	55
5.2.1 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Wisatawan Muslim	55
5.2.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Wisatawan (K)	71
5.2.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK)	76
5.3 Pengujian Hipotesis	80
5.3.1 Pengaruh <i>Need to Have</i> (NDH) terhadap Kepuasan Wisatawan (K)	80
5.3.2 Pengaruh <i>Good to Have</i> (GTH) terhadap Kepuasan Wisatawan (K)	82
5.3.3 Pengaruh <i>Nice to Have</i> (NCH) terhadap Kepuasan Wisatawan (K)	83
5.3.4 Pengaruh <i>Need to Have</i> (NDH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK)	84
5.3.5 Pengaruh <i>Good to Have</i> (GTH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK)	86
5.3.6 Pengaruh <i>Nice to Have</i> (NCH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK)	87
5.3.7 Pengaruh Kepuasan Wisatawan (K) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK)	88
5.3.8 Pengaruh tidak langsung <i>Need to Have</i> (NDH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK) melalui Kepuasan Wisatawan (K)	89
5.3.9 Pengaruh tidak langsung <i>Good to Have</i> (GTH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK) melalui Kepuasan Wisatawan (K)	89
5.3.10 Pengaruh tidak langsung <i>Nice to Have</i> (NCH) terhadap Minat Kunjungan Kembali (MKK) melalui Kepuasan Wisatawan (K)	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92
6.1 Kesimpulan	92
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	101