

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
DAFTAR SINGKATAN	xix
INTISARI	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Tinjauan Pustaka.....	5
1.6. Kerangka Teori	8

1.7.	Metode Penelitian	14
1.7.1.	Lokasi Penelitian.....	14
1.7.2.	Tipe Penelitian	15
1.7.3.	Metode Pengumpulan Data.....	15
1.7.3.1.	Survei	15
1.7.3.2.	Observasi.....	18
1.7.3.3.	Studi Pustaka.....	19
1.7.4.	Populasi Penelitian.....	19
1.7.5.	Teknik Sampling.....	19
1.7.6.	Metode Analisis Data.....	21
1.7.6.1.	Mengorganisir Data	21
1.7.6.2.	Mengkode Data.....	21
1.7.6.3.	Menganalisis Data.....	22
1.8.	Sistematika Penulisan	22
BAB II GAMBARAN UMUM		23
2.1.	Lokasi Objek Atraksi <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor	23
2.2.	Operator Atraksi Snorkelling Pantai Nglambor.....	27
2.3.	Paket Atraksi <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor oleh BNS.....	28
2.4.	Ragam Aktivitas <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor.....	31
2.4.1.	Pengamatan Terumbu Karang dan Ikan Karang.....	31
2.4.2.	Berfoto Bawah Air Maupun Atas Air.....	34
2.5.	Fasilitas Atraksi <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor.....	36
2.5.1.	Kamar Mandi	36
2.5.2.	Kamar Ganti.....	37
2.5.3.	Tempat Parkir.....	37
2.5.4.	Restoran	37
2.5.5.	Musala.....	38
2.5.6.	Bagian Pendaftaran dan Ruang Tunggu	38
2.6.	Media Promosi Bintang Nglambor Snorkeling.....	39
2.6.1.	Media Promosi Internal.....	39
2.6.1.1	Situs Web	40

2.6.1.2. Instagram.....	40
2.6.1.3. Facebook.....	41
2.6.1.4. Twitter.....	42
2.6.2. Media Promosi Eksternal.....	42
2.6.2.1. Biro Perjalanan Wisata.....	42
2.6.2.2. Biro Perjalanan Wisata Daring.....	43
2.7. Sarana Penjualan Paket Atraksi <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor.....	44
2.7.1. Bagian Pendaftaran BNS di Pantai Nglambor.....	44
2.7.2. Biro Perjalanan Wisata.....	44
2.7.3. Biro Perjalanan Wisata Daring.....	45
2.7.4. <i>Whatsapp</i> , Telepon, dan Pesan Teks.....	46
BAB III PERILAKU PEMBELIAN WISATAWAN DOMESTIK DI ATRAKSI <i>SNORKELLING</i> PANTAI NGLAMBOR BERDASARKAN SEGMENTASI USIA.....	47
3.1. Profil Wisatawan Domestik di Atraksi <i>Snorkelling</i> Pantai Nglambor.....	48
3.1.1. Usia.....	48
3.1.2. Jenis Kelamin.....	49
3.1.3. Pekerjaan atau Aktivitas Saat Ini.....	50
3.1.4. Pendapatan per Bulan.....	51
3.1.5. Asal Provinsi.....	52
3.2. Perilaku Wisatawan Berdasarkan Segmentasi Usia 13 s.d. 39 Tahun.....	53
3.2.1. Pengenalan Kebutuhan.....	54
3.2.2. Perolehan Informasi.....	56
3.2.3. Evaluasi Alternatif.....	57
3.2.4. Keputusan Pembelian.....	60
3.2.5. Perilaku Setelah Pembelian.....	64
3.3. Perilaku Wisatawan Berdasarkan Segmentasi Usia Lebih dari 40 Tahun.....	67
3.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	67
3.3.2. Perolehan Informasi.....	68
3.3.3. Evaluasi Alternatif.....	70
3.3.4. Keputusan Pembelian.....	72



3.4.5. Perilaku Setelah Pembelian.....	75
3.5. Perbandingan Perilaku Wisatawan Setiap Segmentasi Usia.....	76
BAB IV PENUTUP	82
4.1. Kesimpulan	82
4.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN.....	88
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	96