

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan .....	6
1.4 Manfaat .....	7
1.5 Tinjauan Pustaka .....	7
1.6 Kerangka Teori .....	12
1.7 Metode Penelitian .....	19
1.7.1 Populasi .....	20
1.7.2 Sampel Penelitian .....	20
1.7.3 Metode Pengumpulan Data .....	22
1.7.4 Definisi Operasional .....	25
1.7.5 Metode Analisis Data .....	31
1.8 Sistematika Penulisan .....	34
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DWIDAYA TOUR PONTIANAK</b> .....	<b>36</b>
2.1 Sejarah dan Profil Perusahaan .....	36
2.2 Visi dan Misi .....	38
2.3 Strategi Perusahaan .....	39

2.4 Pofil Dwidaya Tour Pontianak .....	40
2.5 Struktur Organisasi .....	41
2.6 Harga, Produk, dan Layanan .....	44
<b>BAB III PERCEIVED VALUE PEMBELIAN PRODUK PAKET WISATA OLEH WISATAWAN DI TRAVEL AGENT DWIDAYA TOUR CABANG PONTIANAK .....</b>	<b>56</b>
3.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	56
3.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
3.1.2 Responden Berdasarkan Usia .....	58
3.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
3.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
3.1.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	62
3.1.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Paket Wisata .....	64
3.2 <i>Perceived Value</i> Pembelian Produk Paket Wisata Oleh Wisatawan di <i>Travel Agent Dwidaya Tour Cabang Pontianak</i> .....	65
3.2.1 Dimensi Nilai Fungsional Instalasi Bangunan <i>Travel Agent</i> .....	66
3.2.2 Dimensi Nilai Fungsional Personil <i>Travel Agent</i> .....	72
3.2.3 Dimensi Nilai Fungsional Kualitas Paket Wisata Yang Dibeli .....	77
3.2.4 Dimensi Nilai Fungsional Harga .....	82
3.2.5 Dimensi Nilai Emosional .....	85
3.2.6 Dimensi Nilai Sosial .....	89
3.3 Hubungan Karakteristik Responden dan <i>Perceived Value</i> Pembelian Produk Paket Wisata oleh Wisatawan di <i>Travel Agent Dwidaya Tour Cabang Pontianak</i> .....	93
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
4.1 Kesimpulan .....	96
4.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI .....</b>	<b>116</b>