

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Keaslian Penelitian	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xiv
Intisari	xvii
Abstract	xviii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Masalah Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Keaslian Penelitian	8
1.7. Pola Pikir Penelitian	12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Tentang Pariwisata	13
2.1.1. Industri Pariwisata	13
2.1.2. Pengertian Pariwisata	15
2.1.3. Pengertian Wisatawan	17
2.2. Tinjauan Umum Terhadap Aspek Penawaran Produk Wisata (<i>Supply</i>)	19
2.2.1. Produk Wisata (<i>Tourism Product</i>)	20
2.2.2. Harga (<i>Price</i>)	31
2.2.3. Tempat (<i>Place</i>)	33
2.2.4. Promosi (<i>Promotion</i>)	34

2.3. Tinjauan Umum Terhadap Aspek Permintaan Wisatawan	
<i>(Demand)</i>	37
2.3.1. Perilaku Wisatawan	38
2.3.2. Motivasi Wisatawan	41
2.3.3. Karakteristik Wisatawan	44
2.3.4. Preferensi Wisatawan	54
2.3.5. Persepsi Wisatawan	55
2.3.6. Ekspektasi Wisatawan	58
2.4. Gap-gap Kualitas Pelayanan Vs Ekspektasi Wisatawan	62
2.5. Landasan Teori Operasional Penelitian	63
2.6. Road Map Alur Kajian Pustaka	66

BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	73
3.2. Lokasi Penelitian	74
3.3. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	75
3.3.1. Populasi	75
3.3.2. Teknik Penentuan Sampel	76
3.4. Instrumen Penelitian	79
3.4.1. Skala Pengukuran	79
3.4.2. Variabel Penelitian	80
3.4.3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	88
3.5. Teknik Pengumpulan Data	90
3.6. Jenis dan Kebutuhan Data	91
3.7. Teknik Penyajian Data	92
3.8. Teknik Analisis	93

BAB IV. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	99
4.2. Profil Responden (Segmentasi Wisatawan)	103
4.2.1 Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Geografis	103
4.2.2 Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Sosial-Demografi	105
4.2.3 Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Karakteristik Perjalanan Wisata	108
4.2.4 Motivasi Kunjungan Wisata ke Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	110
4.2.5 Faktor-Faktor pendorong wisatawan berkunjung ke Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	113
4.2.6 Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Psikografi Wisatawan	117
4.3. Frekuensi Berkunjung Wisatawan ke Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	118
4.4. Ekspektasi Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	123
4.4.1 Analisis Ekspektasi Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata (<i>Tangible Tourism Product</i>) Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	123
4.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Ekspektasi Wisatawan Terhadap Produk Wisata (<i>Tangible Product Tourism</i>)	136
4.4.3 Analisis Ekspektasi Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata (<i>Intangible Tourism Product</i>) Trans Studio <i>Theme Park</i> Makassar	158
4.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Ekspektasi Wisatawan Terhadap Produk Wisata (<i>Inangible Product Tourism</i>)	169
4.5. Analisis GAP (Kesenjangan) Terhadap Kualitas Produk Wisata	177

4.5.1	Analisis <i>Gap</i> Terhadap Kualitas Produk Wisata <i>Tangible</i>	177
4.5.2	Analisis <i>Gap</i> Terhadap Kualitas Produk Wisata <i>Tangible</i>	181
4.6.	Analisis Tingkat Prioritas - IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	184
4.6.1.	Analisis IPA Terhadap Indikator Kualitas Produk Wisata <i>Tangible</i>	185
4.6.2.	Analisis IPA Terhadap Indikator Kualitas Produk Wisata <i>Tangible</i>	188
4.7.	Pembahasan Hasil Analisis	
4.7.1	Produk Wisata (<i>Tangible</i>)	190
4.7.2	Produk Wisata (<i>Intangible</i>)	202
BAB V. Kesimpulan dan Rekomendasi		
5.1.	Kesimpulan	207
5.2.	Rekomendasi	211
Daftar Pustaka		213
Lampiran 1		
Lampiran 2		
Lampiran 3		