



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR PERSAMAAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Keaslian Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Wisata Belanja.....	12
2.1.2 Kepuasan Belanja Wisatawan.....	16
2.1.3 Kualitas Jasa.....	20
2.1.4 Wisatawan Nusantara.....	23
2.1.5 Pasar Tradisional.....	25
2.2 Kerangka Teori.....	29
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	30
2.3.1 Definisi Konsep.....	30
2.3.2 Definisi Operasional.....	30
2.4 Hipotesa.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.4 Variabel.....	37
3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	37
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependen Variable</i>).....	38
3.4.3 Profil Wisatawan.....	38



3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Instrumen Pengumpulan Data	40
3.7 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
3.8 Analisis Data	43
3.8.1 Evaluasi Profil Pasar Beringharjo.....	43
3.8.2 Indeks Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction Index</i>)	43
3.8.3 Analisis Kepentingan-Kinerja (<i>Importance – Performance Analysis</i>).....	44
3.8.4 Analisis Regresi Ganda.....	46
BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	
4.1 Pariwisata Umum Kota Yogyakarta.....	47
4.2 Lokasi Pasar Beringharjo.....	49
4.3 Sejarah Pasar Beringharjo.....	50
4.4 Gambaran Singkat Pasar Beringharjo.....	52
4.5 Atraksi Pasar Beringharjo sebagai Destinasi Wisata Wisata Belanja.....	54
4.5.1 Nilai Sejarah Pasar Beringharjo.....	55
4.5.2 Produk Yang Dijual di Pasar Beringharjo.....	56
4.5.3 Klasifikasi Pengunjung Wisatawan.....	58
4.5.4 Keterpaduan Dengan Obyek Wisata.....	59
4.6 Aksesibilitas Pasar Beringharjo.....	59
4.7 Amenitas Pasar Beringharjo.....	60
4.8 Titik Lokasi Penyebaran Kuesioner.....	63
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Profil Demografi Wisatawan	68
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	68
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
5.2 Profil Psikografi Wisatawan.....	74
5.2.1 Tujuan Utama Berkunjung ke Kota Yogyakarta.....	75
5.2.2 Alasan Berbelanja di Pasar Beringharjo.....	76
5.2.3 Pola Kunjungan Wisatawan.....	77
5.2.4 Tempat Belanja Lain Yang Dikunjungi.....	79
5.3 Pola Kebiasaan Wisatawan.....	81
5.3.1 Sumber Informasi.....	81
5.3.2 Rekan Seperjalanan.....	83
5.3.3 Transportasi yang Digunakan.....	84



5.3.4 Waktu Berbelanja.....	86
5.3.5 Jenis Barang Yang Dibeli.....	87
5.3.6 Penggunaan Barang.....	88
5.3.7 Jumlah Pengeluaran.....	89
5.3.8 Frekuensi Kunjungan.....	90
5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
5.4.1 Uji Validitas	92
5.4.2 Uji Reliabilitas.....	95
5.5 Analisis Dan Pembahasan.....	97
5.5.1 Tingkat Kepuasan Belanja Wisatawan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI).....	97
5.5.2 Analisis Penilaian Kepentingan - Kinerja Belanja Wisatawan.....	99
5.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	108
5.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	109
5.5.5 Analisis Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Belanja Wisatawan.....	115
5.5.6 Analisis Pengaruh Variabel Pelayanan (Proses Dan Orang) Terhadap Kepuasan Belanja Wisatawan.....	118
5.5.7 Analisis Pengaruh Variabel Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Belanja Wisatawan.....	120
5.5.8 Analisis Pengaruh Variabel Produk Terhadap Kepuasan Belanja Wisatawan.....	122
5.5.9 Temuan Lapangan.....	124
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1 Kesimpulan.....	130
6.2 Keterbatasan Penelitian.....	131
6.3 Rekomendasi.....	132
6.3.1 Rekomendasi Untuk Pihak Pengelola Pasar.....	132
6.3.2 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Daftar Penelitian Terdahulu	7
2.1	Kriteria Indeks Kepuasan Pelanggan	18
2.2	Jumlah Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di DIY Tahun 2007-2009.....	27
2.3	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1	Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	36
3.2	Variabel Bebas Dan Indikatornya	37
3.3	Variabel Terikat Dan Indikatornya	38
3.4	Deskripsi Profil Wisatawan Dan Indikatornya.....	38
3.5	Alternatif Jawaban Untuk Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>).....	40
3.6	Alternatif Jawaban Untuk Penilaian Kinerja (<i>Perceived Outcome</i>).....	41
4.1	Destinasi Wisata di Yogyakarta.....	48
5.1	Asal Daerah Responden.....	69
5.2	Jenis Destinasi Wisata yang Dikunjungi Wisatawan.....	78
5.3	Tempat Belanja Lain yang Dikunjungi.....	80
5.4	Jumlah Pengeluaran untuk Belanja.....	89
5.5	Frekuensi Kunjungan ke Pasar Beringharjo.....	90
5.6	Skor Validitas Item Pertanyaan Kuesioner bagian Kepentingan (<i>importance</i>) dan Kinerja (<i>Performance</i>).....	93
5.7	Nilai Reliabilitas.....	94
5.8	Nilai Reliabilitas Cronbach Alpha Per Item Pertanyaan.....	95
5.9	Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan.....	97
5.10	Rata-rata Penilaian Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Kepuasan Belanja Wisatawan di Pasar Beringharjo.....	99
5.11	Klasifikasi Tingkat Kesesuaian Wisatawan di Pasar Beringharjo, Yogyakarta.....	100
5.12	Hasil Analisis Regresi Kepuasan Belanja Wisatawan Nusantara di Pasar Beringharjo.....	109
5.13	Perbandingan Nilai t-Tabel dengan Nilai t-Hitung Untuk Uji Hipotesa.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Perbedaan Belanja Sebagai Aktivitas Biasa Dengan Belanja Sebagai Aktivitas Belanja	14
2.2	Kuadran Importance-Performance Analisis	20
2.3	Diagram Kerangka Berfikir	29
2.4	Diagram Hipotesis	32
3.1	Denah Lokasi Penelitian	33
4.1	Baju dan Kain Batik yang Diperjualbelikan di Pasar Beringharjo.....	56
4.2	Jenis Kerajinan.....	57
4.3	Aneka Kuliner yang Dijajakan di Pasar Beringharjo.....	58
4.4	Wisatawan yang sedang Berbelanja Batik.....	59
4.5	Kondisi Aksesibilitas di Jalan A.Yani.....	60
4.6	Area Parkir Mobil dan Motor di Pasar Beringharjo Lantai 3	61
4.7	Kondisi Fasilitas di Pasar Beringharjo.....	62
4.8	Pos Keamanan di Pasar Beringharjo.....	63
4.9	Fasilitas Pendukung.....	63
4.10	Suasana di Pasar Beringharjo Barat.....	65
4.11	Sentra Kuliner Lantai Tiga Pasar Beringharjo.....	65
4.12	Tempat Istirahat yang Tersedia di Pasar Beringharjo Barat.....	66
4.13	Wilayah Sebaran Kuesioner di Nol Kilometer.....	67
5.1	Diagram Jenis Kelamin Responden.....	71
5.2	Diagram Usia Responden.....	72
5.3	Diagram Tingkat Pendidikan Responden.....	72
5.4	Diagram Jenis Pekerjaan Responden.....	74
5.5	Diagram Tujuan Utama Perjalanan.....	75
5.6	Diagram Alasan Berbelanja di Pasar Beringharjo.....	76
5.7	Diagram Kunjungan ke Obyek Wisata.....	78
5.8	Diagram Tempat Belanja lain yang Dikunjungi.....	80
5.9	Diagram Sumber Informasi Pasar Beringharjo.....	82
5.10	Diagram Rekan Seperjalanan.....	83
5.11	Diagram Jenis Transportasi yang Digunakan.....	84
5.12	Diagram Waktu yang Dhabiskan untuk Berbelanja.....	86
5.13	Diagram Jenis Barang yang Dibeli.....	87
5.14	Diagram Peruntukkan Barang yang Dibeli.....	89
5.15	Hasil Analisis Kuadran Importance - Performance Kepuasan Belanja Wisatawan Nusantara di Pasar Beringharjo.....	103



DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan	Judul Persamaan	Halaman
3.1	Pengambilan Sampel Populasi Tidak Diketahui	35
3.2	Menentukan r-hitung	41
3.3	Menentukan r-tabel	41
3.4	Menentukan Nilai Varian Setiap Butir Pertanyaan	42
3.5	Menentukan Nilai Varian Total	42
3.6	Menentukan Reliabilitas Instrument	42
3.7	Menentukan Nilai <i>Satisfaction Index</i>	44
3.8	Tingkat Kesesuaian Kinerja – Kepentingan.....	44
3.9	Menentukan Sumbu Vertikal X	45
3.10	Menentukan Sumbu Vertikal Y.....	45
3.11	Skor Tingkat Kinerja.....	45
3.12	Skor Tingkat Kepentingan.....	45
3.13	Persamaan Regresi Ganda.....	56



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

kepuasan belanja wisatawan nusantara di Pasar Beringharjo, Yogyakarta
HAFNI KHAIRUNNISA, Prof. Kwartarini Wahyu Y, M.Med.Sc, Ph.D ; Prof. Dr. Ir. Eni Harmayani, MS
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>