

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	19
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 Ilmu Manajemen.....	19
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	19
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen	21
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	23
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-Nilai Manajemen	24
2.1.1.5 Level atau Tingkatan Manajemen	25
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen.....	27
2.1.1.7 Manajemen Modern	28
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	33
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	34
2.1.2.4 Masalah-Masalah Dalam Manajemen Pemasaran	35
2.1.2.5 Strategi Pemasaran.....	36
2.1.2.6 Pemasaran Era Industry 4.0	38
2.1.2.7 <i>Digital Marketing</i>	40
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti	
2.1.3.1 <i>Word Of Mouth</i>	
2.1.3.1.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	42
2.1.3.1.2 Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth</i>	44
2.1.3.1.3 Tingkatan <i>Word of Mouth</i>	45
2.1.3.1.4 Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	46
2.1.3.1.5 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	47
2.1.3.2 Atribut ^{iv} Pariwisata	48
2.1.3.2.1 Pengertian Atribut Produk	48

2.1.3.2.2	Produk Wisata	49
2.1.3.2.3	Ciri Ciri Atribut Produk Wisata .	50
2.1.3.2.4	Indikator Atribut Produk Wisata .	51
2.1.3.3	Keputusan Pengunjung	53
2.1.3.3.1	Pengertian Keputusan Pengunjung	53
2.1.3.3.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung	56
2.1.3.3.3	Indikator Keputusan Berkunjung	56
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	58
2.2	Kerangka Pemikiran	61
2.3	Hipotesis	67
BAB III	METODE PENELITIAN.....	69
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	69
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	71
3.2.1	Variabel Penelitian	71
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	73
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	74
3.3.1	Populasi Penelitian	74
3.3.2	Sampel Penelitian	75
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	76
3.4.1	Sumber Data	76
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	77
3.5	Teknik Analisis Data	80
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	80
3.5.2	Analisis Asosiatif/Verifikatif	83
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	91
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	93
4.1	Hasil Penelitian	93
4.1.1	Gambaran Umum Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	93
4.1.2	Karakteristik Responden	97
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel yang Diteliti	102
4.1.3.1	Hasil Penelitian tentang <i>Word Of Mouth</i> di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	102
4.1.3.2	Hasil Penelitian tentang Atribut Produk Pariwisata di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	102
4.1.3.3	Hasil Penelitian tentang Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	130
4.1.4	Analisis Asosiatif/Verifikatif	150
4.1.4.1	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	150
4.1.4.2	Pengaruh Atribut Produk Pariwisata terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	157
4.1.4.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan Atribut Produk Pariwisata terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	164

4.2 Pembahasan	175
4.2.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	175
4.2.2 Pengaruh Atribut Produk Pariwisata terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	178
4.2.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan Atribut Produk Pariwisata terhadap Keputusan Pengunjung di Pantai Karapyak Kabupaten Pangandaran	179
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	184
5.1 Kesimpulan	184
5.2 Saran	185
DAFTAR PUSTAKA	188
LAMPIRAN-LAMPIRAN	