

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATAPENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTARLAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Promosi	15
2.2 Tujuan Promosi	15
2.3 Jenis Promosi	16

2.4	Pengertian Pengambilan Keputusan	19
2.5	Proses Pengambilan Keputusan.....	20
2.6	Pengertian Pariwisata	26
2.7	Jenis-Jenis Wisata.....	29
2.8	Komponen Pengembangan Pariwisata	30
2.9	Penelitian Terdahulu	32
2.10	Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel	35
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknis Analisis Data.....	41

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1	Sejarah Singkat Masjid Agung An-nur	43
4.1.1	Visi	46
4.1.2	Misi	46
4.1.3	Tujuan.....	46
4.1.4	Struktur Organisasi Masjid Agung An-nur	46
4.2	Sejarah Singkat Pasar Bawah	48
4.2.1	Visi.....	49
4.2.2	Misi	49
4.2.3	Struktur Organisasi Pasar Bawah	51

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Identifikasi Responden	53
5.1.1	Jenis Kelamin	53
5.1.2	Umur.....	54
5.1.3	Daerah Asal	55
5.1.4	Pekerjaan Responden	56
5.1.5	Frekuensi Kunjungan	56
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument	57
5.2.1	Uji Validitas.....	57
5.2.2	Uji Reliabilitas.....	60
5.3	Bauran Promosi	61
5.3.1	Periklanan (X1).....	62
5.3.2	Promosi Penjualan (X2).....	70
5.3.3	Hubungan Masyarakat (X3)	78
5.3.4	Keputusan Kunjungan Wisata (Y).....	84
5.4	Rekapitulasi Variabel Periklanan (X1), Promosi Penjualan (X2), Hubungan Masyarakat (X3) dan Keputusan Kunjungan (Y)	101
5.5	Pengaruh Promosi Terhadap Kunjungan Wisata Ke Kota Pekanbaru ..	108
5.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	108
5.6	Pengujian Hipotesis	110
5.6.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	111
5.6.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	111
5.7	Pembahasan	113

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	117
6.2	Saran	117

DAFTAR PUSTAKA	119
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Tamu Dalam Negeri Di Kota Pekanbaru	8
Tabel 1.2 Rata-rata Tamu Dalam Negeri Di Kota Pekanbaru	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Masjid Agung An-nur	47
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	53
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Menurut Umur	54
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Menurut Daerah Asal	55
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan	56
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Kunjungan	57
Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Pariwisata (X1), dan Keputusan Kunjungan Wisata (Y)	59
Tabel 5.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Promosi dan Keputusan Kunjungan Wisata	61
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Melalui Televisi	64
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Melalui Penyediaan Makanan Khas	65
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Periklanan Melalui Internet	66
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Periklanan Pada Lokasi Wisata	67
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Periklanan Melalui Penyediaan Fasilitas dan Suasana Yang Nyaman	68
Tabel 5.13 Rekapitulasi Responden Variabel Periklanan (X1)	69

Tabel 5.14	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata Melalui Kerjasama Pemerintah Kota Pekanbaru dengan Pengelola Pasar	71
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Pengadaan Seminar Di Mesjid An-nur	73
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Pemberian Hadiah Pada Acara Tertentu di Mesjid An-nur	74
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Pengenalan Pada Kegiatan EXPO.....	75
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Tentang Efektifitas Promosi Pariwisata melalui Pengenalan Pada Brosur/Pamflet	76
Tabel 5.19	Rekapitulasi Responden Variabel Promosi Penjualan (X2)	77
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Peliputan Oleh Wartawan Koran Lokal Pada Acara Tabligh Akbar Di Mesjid An-nur.....	79
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Peliputan Oleh Wartawan Stasiun Televisi Saat Dilakukan Kunjungan Oleh Toko Nasional.....	81
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Tentang Efektivitas Promosi Pariwisata melalui Peliputan Oleh Wartawan Stasiun Televisi Saat Dilakukan Kunjungan Oleh Tokoh Nasional.....	82
Tabel 5.23	Rekapitulasi Responden Variabel Hubungan Masyarakat dan Publisitas (X3).....	83
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Kebutuhan Memperoleh Pengalaman dan Pengetahuan mengenai Objek Wisata di Kota Pekanbaru	85
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Kebutuhan Melalui Pemberian Rekomendasi Seputar Mesjid An-nur	86

Tabel 5.26	Tanggapan Responden Tentang Pengenalan Kebutuhan Melalui Pemberian Rekomendasi Seputar Pasar Bawah	87
Tabel 5.27	Tanggapan Responden Tentang Pencarian Informasi Sebelum Berkunjung ke Mesjid An-nur.....	88
Tabel 5.28	Tanggapan Responden Tentang Pencarian Informasi Sebelum Berkunjung Ke Pasar Bawah.....	89
Tabel 5.29	Tanggapan Responden Tentang Pengunjung Melakukan Evaluasi Tentang Objek Wisata Mesjid An-nur Dibandingkan Dengan Kota Lain	90
Tabel 5.30	Tanggapan Responden Tentang Pengunjung Melakukan Evaluasi Tentang Keputusan Berkunjung Ke Pasar Bawah	91
Tabel 5.31	Tanggapan Responden Tentang Lebih Tertarik Berkunjung Ke Pasar Bawah	93
Tabel 5.32	Tanggapan Responden Tentang Lebih Tertarik Berkunjung Ke Mesjid An-Nur	94
Tabel 5.33	Tanggapan Responden Tentang Berjunjung Ke Pasar Bawah Karena Ketersediaan Barang Unik dari Luar Negeri.....	95
Tabel 5.34	Tanggapan Responden Tentang Lebih Tertarik Berkunjung Ke Mesjid An-Nur Karena Keindahannya.....	96
Tabel 5.35	Tanggapan Responden Tentang Ketertarikan Pengunjung untuk Kembali Berkunjung Ke Pasar Bawah	97
Tabel 5.36	Tanggapan Responden Tentang Ketertarikan Pengunjung untuk Kembali Berkunjung Ke Mesjid An-Nur	98
Tabel 5.37	Rekapitulasi Responden Variabel Keputusan Kunjungan (Y)	99
Tabel 3.38	Rekapitulasi Seluruh Variabel X	102
Tabel 5.39	Rekapitulasi Responden Variabel Keputusan Kunjungan (Y)	106
Tabel 5.40	Hasil pengujian Regresi Linear Berganda	108

Tabel 5.41 Hasil Uji F	111
Tabel 5.42 Hasil Uji t	111
Tabel 5.43 Koefisien Determinasi (R^2)	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	22
Gambar 2. Struktur Organisasi Pasar Bawah	51

