

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angipore, P. Marius, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Archer, B. and Cooper, C. (1994) "The Positive and Negative Impacts of Tourism". Pp. 73-91 in W.F. Theobald (ed.) *Global Tourism: The Next Decade*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Austin Uzama, 2009. Research In Brief : Marketing Japan's travel and tourism industry to international tourists, International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol. 21 No. 3, 2009 pp. 356-365 q Emerald Group Publishing Limited
- Alexandru Nedelea, Marketing Strategies Of Tourism In Romania, Stefan cel Mare University Suceava Romania : Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1269369>
- Berkowitz, Eric N. dkk. 2002. Marketing, 6th ed. Mc Graw Hill Companies, Nort America.
- Boyd dan Walker, 2000, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Denzin, Herman K. dan Lincoln Yvonna S. 2009. Qualitative Research, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Gegel, I Putu. 2006. Industry Pariwisata Indonesia : Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa GATS WTO, Rafika Aditama, Bandung
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Jiang, Peng, 2008. A conceptual framework of marketing Chinese tourist to the western cape wine routes. Thesis. Cape peninsula University of Technology

- Jusak, Ubjan. 2008. Pengaruh produk wisata, bauran promosi dan motivasi perjalanan wisata terhadap kunjungan wisata di Kota Ambon, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, volume 6 no 2, 94-107
- Kertajaya, Hermawan. 2000, *Marketing Plan 2000*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004, *Marketing Managamant*, Edisi Pertama, Penerjemah : David Octaveria, Salemba Empat, Jakarta.
- 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 8 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing*, Terjemahan : Herujati, Jilid I, Cetakan Kesepuluh, Penerbit Erlangga Jakarta
- 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 1 dan 2, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2012. *Marketing management*, 14th Global Edition, Pearson, England
- Lamb, Hair,McDaniel. 2001, *Pemasaran*, Buku 1, Penerjemah : David Octaveria, Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock, Christoper H dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit PT. Indeks, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Dua*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran Edisi Empat*, Jilid 2. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Middleton, Victor. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. Heinemann Professional Publishing.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002, *Prilaku Konsumen*, edisi V, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Payne, Adrian. 2001, *The Essence of service Marketing*, Diterjemahkan oleh Fandy Ciptono, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Purnama, Lingga. 2001, *Strategi Marketing Plan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Peter, J., Paul dan Jerry C. Olson, 2000, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, edisi IV*, Jilid I dan II, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Pitana, I Gede dan Putuh, Gayatri (2005), *Sosiologi Pariwisata*, Andi, Jogjakarta
- Raija Komppula, 2001. *New-product development in tourism Companies - Case studies on nature-based activity Operators. 10th Nordic Tourism Research Symposium, October 18-20 2001, Vasa, Finland*
- Sapta Nirwandar (2011) *Pembangunan Sektor Pariwisata: Di Era Otonomi Daerah*, di unduh pada 21 Maret 2011 pada <http://www.scribd.com/doc/35092726/440-1257->
- Santoso, singgih. 2001. *Mengelola data statistic secara professional*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono. 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke empat, Al Fabela, Bandung
- Sulistiyawati, Eka, Multifiah, Titiek & Thoyib, Armanu, 2010. *Analisis Perilaku Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Patung Kayu Pada Toko Kerajinan (Art Shop) Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali*. WACANA Vol. 13 No. 1 Januari 2010.
- Swasta Basu dan Irawan 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Kesembilan, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Soekadijo, RG., 1997. *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Supranto, J. 2004. *Metode Riset : Aplikasinya dalam pemasaran*, Edisi ketujuh, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.

- Sinclair, M.T. (1991) "The Economics of Tourism". Pp.1-27 in C.P. Cooper and A. Lockwood (Eds) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 3, John Wiley, Chichester, UK.
- Schiffman, Leong G. & Kanuk, Leslie Lazar, 2004. *Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Tashakkori, Abbas dan Teddlie, Charles. 2010, *Mixed Methods : In social and Behavioral Research*, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, cetakan ke dua, penerbit banyumedia publishing, malang
- Tan, Rio Budi Prasadja, 2010. *Kunci Sukses memasarkan Jasa Pariwisata*, Penerbit Esensi. Jakarta
- Umar, Husain. 2003. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____ 2003. *Metode Riset Bisnis*, Cetakan Pertama : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- UU. RI No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Indonesia
- Wahab, S.,1998. *Manajemen Kepariwisata*, Pradya Paramita, Jakarta.
- Yazid. 2001 *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Penerbit : Ekonsia – Fakultas Ekonomi. UII, Yogyakarta.
- Yoeti Oka, A, 1996. *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita,.
- , 2006. *Tours and Travel Marketing*. Cetakan Kedua.: PT Pradnya Paramita, Jakarta
- Zethaml, A. Valerie and Marry Jo Bitner, 2000. *Service Marketing*, Mc Graw Hill, New Jersey
- Zethaml, A. Valerie, Marry Jo Bitner, Gremler, Dwayne D. 2006. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6th edition, New York: Irwin McGraw-Hill.

DAFTAR LAMPIRAN

KOESIONER

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MELAKUKAN KUNJUNGAN WISATA DI KOTA TIDORE KEPULAUAN

Petunjuk Pengisian Koesioner :

- Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pendapat dan keadaan yang dialami.
- Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan dengan cara memberi tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia di sebelah kanan, dengan ketentuan : **5** = Sangat setuju, **4** = Setuju, **3** = Netral, **2** = Tidak Setuju, dan **1** = Sangat tidak setuju.

NO.

--	--	--

Responden:

A. Identitas Responden

- Nama :
.....
- Umur : Tahun
- Jenis kelamin : Pria / Wanita
- Status Perkawinan : Belum Kawin / Kawin / Duda / Janda
- Asal daerah/Negara :
.....
- Daerah yang dikunjungi :
.....
- Pendidikan Terakhir : a. Universitas/Akademi
b. Sekolah Lanjutan Atas
c. Sekolah Lanjutan Pertama
d. Sekolah Dasar
- Pekerjaan : a. PNS/ABRI/POLRI
b. Wiraswasta
c. Pegawai Swasta
d. Petani

e. Pekerjaan Lain :

9. Tujuan Utama Berkunjung di Kota Tidore Kepulauan (untuk pengunjung dari luar Kota Tidore Kepulauan):

- a. Rekreasi/Berlibur
- b. Pertemuan/Perjalanan Dinas
- c. Mengunjungi Keluarga
- d. Mengunjungi Kerabat/Teman
- e. Studi
- f. Dan lain-lain

B. Variabel Penelitian

1. Faktor Bauran Pemasaran (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Obyek dan daya tarik wisata kota tidore kepulauan beranekaragam jenis					
2	Biaya akomodasi perjalanan yang murah					
3	Obyek wisata kota tidore kepulauan mudah dijangkau					
4	Promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota tidore kepulauan sudah maksimal dan menarik dengan menggunakan media cetak dan elektronik					
5	Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh pengelola selama berwisata sangat memuaskan					
6	Perilaku, sikap dan tindakan pengelola terhadap wisatawan sangat ramah dan sopan					
7	Tersedianya kenyamanan sarana prasarana bagi wisatawan yang lengkap					

2. Faktor Sosial Budaya (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Pandangan dan pendapat orang lain mempengaruhi saya melakukan kunjungan wisata di Kota Tidore Kepulauan					
2	Saya melakukan kunjungan wisata di kota tidore Kepulauan didasarkan pada kelompok referensi seperti keluarga dan teman-teman					
3	Saya Melakukan Kunjungan wisata Di kota tidore Kepulauan karena kemauan keluarga					
4	Masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai dan adat istiadat yang baik dalam kehidupan bermasyarakat					
5	Kota tidore Kepulauan Memiliki keragaman budaya yang ada di masyarakat					

6	Letak geografis Kota Tidore kepulauan yang strategis dan keunikan masyarakat yang relegius					
---	--	--	--	--	--	--

3. Faktor Psikologi (X3)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Saya termotivasi dengan obyek dan daya tarik wisata yang ditawarkan oleh dinas pariwisata kota tidore kepulauan					
2	Saya melakukan kunjungan wisata dikota tidore kepulauan karena keinginan dan pengalaman pribadi sebelumnya					
3	Saya melakukan kunjungan wisata dikota tidore kepulauan karena obyek wisatanya unik,menarik dan indah					
4	Saya melakukan kunjungan wisata di kota tidore kepulauan didasarkan pada pengetahuan yang didapat dari pengalaman perjalanan sebelumnya					
5	Saya melakukakn kunjungan wisata dikota tidore kepulauan atas dasar sikap dan keyakinan terhadap obyek wisata yang ditawarkan					
6	Saya melakukan kunjungan wisata di kota tidore kepulauan didasarkan dengan pola dan gaya hidup.					

4. Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		5	4	3	2	1
1	Saya mengetahui dan memahami mengenai kebutuhan akan refreshing dan tempat wisata di Kota tidore Kepulauan					
2	Saya melakukan pencarian informasi mengenai daya tarik wisata yang ada di kota tidore kepulauan					
3	Saya melakukan evaluasi alternative atas pemilihan tempat wisata melalui informasi yang didapat					
4	Memutuskan sendiri untuk mengambil daerah Kota Tidore kepulauan untuk dikunjungi					
5	Saya merasa senang dan puas dengan apa yang saya dapatkan selama berwisata di Kota Tidore Kepulauan.					

Lampiran

2.

Jawaban Responden

R	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	T X1	X8	X9	X 10	X 11	X 12	X 13	T X2	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	T X3	Y 1.1	Y 1.2	Y 1.3	Y 1.4	Y 1.5	T Y
1	2	3	2	2	3	2	2	16	2	2	2	4	4	4	18	4	2	2	3	4	3	18	3	3	3	3	3	15
2	5	5	5	4	4	5	4	32	1	2	2	5	5	5	20	4	4	4	2	4	2	20	5	5	4	5	5	24
3	4	2	5	4	3	3	3	24	5	5	5	4	4	5	28	2	2	2	2	2	2	12	5	5	5	5	5	25
4	2	3	2	2	4	3	2	18	4	2	2	4	3	3	18	4	4	2	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20
5	2	2	4	2	4	4	4	22	3	3	2	2	4	3	17	4	1	5	2	3	2	17	3	4	3	4	4	18
6	5	4	5	4	4	5	5	32	3	4	5	3	5	4	24	3	3	4	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25
7	4	3	1	3	5	3	2	21	3	1	2	1	2	1	10	2	3	4	3	5	2	19	4	4	4	4	4	20
8	4	4	2	4	5	5	5	29	5	5	4	3	5	3	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
9	2	2	3	2	3	2	2	16	4	4	2	4	5	5	24	4	3	5	4	4	5	25	5	5	5	4	5	24
10	5	5	5	5	5	5	4	34	4	1	1	2	3	2	13	2	3	5	5	3	5	23	4	4	4	4	4	20
11	3	2	3	2	3	2	3	18	5	5	3	4	3	4	24	2	3	2	3	2	2	14	4	5	3	5	5	22
12	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	3	5	3	26	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25
13	4	5	5	5	5	5	5	34	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	3	4	5	27	4	5	4	5	4	22
14	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	3	5	5	5	27	3	4	5	4	5	4	25	5	5	5	5	5	25
15	4	3	3	3	4	3	2	22	1	5	5	5	3	3	22	5	5	5	3	3	5	26	5	5	4	5	5	24
16	4	5	5	5	5	5	3	32	2	3	2	5	2	5	19	3	4	3	3	4	3	20	5	4	5	4	5	23
17	1	2	1	2	1	2	1	10	1	2	3	4	4	4	18	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25
18	5	5	3	4	5	5	4	31	2	2	1	4	4	4	17	4	4	4	5	4	4	25	5	5	3	4	2	19
19	2	2	2	2	2	2	2	14	4	5	2	4	3	4	22	2	1	1	1	4	3	12	2	3	2	3	2	12
20	4	4	4	5	4	3	3	27	5	3	5	4	4	4	25	1	1	1	1	4	4	12	3	5	4	2	5	19
21	1	2	1	2	1	2	1	10	2	2	2	3	3	2	14	2	1	2	1	2	2	10	2	3	2	3	2	12
22	4	4	4	5	4	1	1	23	3	2	4	3	5	5	22	3	4	5	4	4	2	22	4	4	5	4	4	21
23	3	3	2	3	4	3	2	20	2	5	3	5	5	2	22	1	1	5	5	4	2	18	5	4	3	5	3	20
24	3	3	3	3	4	4	3	23	2	2	2	5	4	2	17	3	2	3	3	2	2	15	4	4	2	3	2	15
25	4	4	2	4	2	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24	4	2	3	2	3	2	16	5	4	5	5	5	24
26	3	4	4	2	4	4	2	23	5	5	5	4	4	5	28	3	1	1	1	4	2	12	4	4	5	4	3	20
27	4	2	1	4	3	3	3	20	2	2	2	4	3	3	16	4	4	1	1	3	1	14	1	3	5	2	4	15
28	3	3	2	2	4	3	1	18	3	3	2	2	4	3	17	4	4	5	5	5	3	26	3	5	5	4	5	22
29	4	4	4	4	4	4	4	28	1	1	1	2	4	1	10	4	4	4	3	3	1	19	2	4	5	2	4	17
30	3	1	2	3	2	2	2	15	5	3	5	4	3	3	23	2	2	3	4	4	1	16	3	3	4	2	3	15
31	4	1	4	3	5	3	1	21	4	3	2	3	5	3	20	4	4	4	3	2	2	19	2	3	4	5	4	18
32	3	2	4	2	3	2	4	20	4	4	2	4	5	4	23	5	4	5	3	4	5	26	4	4	4	2	4	18
33	1	2	1	2	1	2	1	10	4	1	1	2	3	2	13	4	4	2	3	4	2	19	3	4	3	4	2	16
34	3	3	3	2	3	5	1	20	4	2	4	2	4	2	18	1	3	3	4	3	1	15	5	4	2	2	2	15
35	5	5	5	5	5	5	5	35	3	4	5	4	4	3	23	4	4	4	4	2	2	20	4	5	5	5	5	24
36	2	2	2	1	4	3	1	15	2	2	3	3	2	2	14	2	2	3	3	4	1	15	5	5	5	3	5	23

37	5	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	4	5	5	5	28	3	3	4	4	4	2	20	4	2	5	5	5	21
38	1	2	1	2	1	2	1	10	1	3	2	3	3	3	15	5	4	3	5	3	5	25	3	3	3	3	3	15	
39	5	5	4	2	3	4	1	24	4	5	4	4	4	4	25	2	2	3	4	4	4	19	3	5	3	4	3	18	
40	3	5	3	2	4	5	2	24	2	2	4	3	4	3	18	1	2	4	4	4	4	19	4	2	5	5	4	20	
41	2	3	3	3	2	3	4	20	4	2	2	4	4	4	20	1	1	5	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	
42	2	3	4	4	4	5	2	24	5	3	4	3	4	3	22	3	1	3	4	4	4	19	3	4	4	5	4	20	
43	4	4	4	4	1	2	2	21	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	3	3	2	14	2	4	2	3	2	13	
44	4	4	4	3	3	3	1	22	2	2	2	2	2	2	12	3	4	3	3	3	4	20	3	3	4	2	4	16	
45	3	2	4	2	3	2	4	20	3	2	2	3	5	3	18	4	4	2	5	2	5	22	2	4	4	4	4	18	
46	4	2	5	5	5	4	2	27	2	2	2	5	5	5	21	2	5	2	3	4	2	18	5	5	5	4	5	24	
47	5	4	4	5	4	5	2	29	4	4	5	4	3	4	24	4	1	4	3	5	3	20	5	5	5	5	5	25	
48	3	3	3	4	3	1	1	18	3	3	3	2	3	2	16	4	4	2	4	5	5	24	4	5	4	3	4	20	
49	5	4	4	4	4	5	2	28	2	2	3	4	2	3	16	2	2	3	4	3	4	18	4	3	3	3	5	18	
50	4	4	4	5	4	4	4	29	2	2	3	5	4	5	21	4	5	3	3	2	3	20	4	5	4	3	4	20	
51	3	3	2	3	3	3	1	18	2	2	2	4	4	4	18	5	5	2	3	5	3	23	3	3	4	2	4	16	
52	2	2	1	2	2	3	1	13	4	2	1	5	2	5	19	2	2	5	2	3	4	18	5	4	3	3	5	20	
53	5	2	5	2	5	4	2	25	3	4	5	3	5	4	24	3	4	3	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24	
54	2	2	2	2	4	3	2	17	4	2	4	2	5	3	20	5	5	3	5	3	3	24	4	5	5	4	2	20	
55	3	2	4	2	5	4	1	21	3	3	3	4	3	4	20	2	3	4	2	4	5	20	5	4	3	5	3	20	
56	5	4	3	4	5	5	3	29	5	3	4	3	4	5	24	3	3	4	3	4	5	22	4	5	5	5	5	24	
57	4	3	4	2	2	5	4	24	2	5	5	2	5	5	24	2	5	1	4	1	1	14	4	4	3	3	4	18	
58	2	2	2	2	2	3	2	15	2	2	3	2	4	2	15	2	3	2	3	2	2	14	2	2	2	2	2	10	
59	5	4	5	5	3	3	2	27	4	5	4	4	4	3	24	2	2	2	3	3	2	14	5	5	2	3	5	20	
60	3	4	3	4	3	3	3	23	1	4	4	4	5	5	23	2	4	4	5	4	4	23	4	5	3	4	4	20	
61	2	2	3	2	3	3	3	18	2	3	2	2	3	2	14	3	3	3	5	3	3	20	2	2	2	2	2	10	
62	4	4	4	4	4	3	1	24	4	3	4	5	3	5	24	4	4	4	5	4	4	25	5	5	4	5	5	24	
63	4	2	4	2	4	4	4	24	4	5	2	3	5	3	22	3	4	1	1	1	3	13	4	2	4	5	4	19	
64	3	3	2	3	3	3	2	19	3	2	3	2	4	2	16	1	1	1	1	2	4	10	2	2	2	2	2	10	
65	4	4	5	4	4	4	1	26	4	5	5	5	2	5	26	4	4	2	1	2	4	17	4	5	4	5	4	22	
66	3	4	1	3	5	3	2	21	5	5	4	5	5	3	27	4	4	4	4	4	2	22	2	5	5	4	5	21	
67	4	2	4	2	4	4	2	22	4	2	4	4	2	4	20	2	3	2	2	5	2	16	3	4	3	3	3	16	
68	2	3	3	3	3	3	3	20	2	2	5	4	4	4	21	2	4	3	3	4	4	20	5	4	5	4	3	21	
69	5	5	5	5	5	2	2	29	4	5	5	3	5	3	25	4	2	4	4	5	3	22	5	5	5	5	4	24	
70	4	1	4	4	4	4	3	24	3	3	4	4	4	4	22	3	4	3	4	5	2	21	4	4	4	4	4	20	
71	3	4	5	4	3	4	3	26	5	5	4	3	4	3	24	5	4	5	3	3	5	25	5	5	5	5	5	25	
72	4	4	4	3	5	5	5	30	5	4	5	4	4	4	26	3	2	5	4	4	4	22	4	5	4	5	4	22	
73	3	1	2	1	4	3	2	16	4	4	2	5	4	5	24	2	3	3	3	2	3	16	3	4	3	3	3	16	
74	3	5	5	5	5	4	3	30	4	5	4	3	4	4	24	4	3	5	3	4	5	24	5	5	5	5	5	25	
75	4	4	2	1	4	5	3	23	3	4	4	4	4	4	23	4	2	3	5	3	2	19	5	4	5	4	4	22	
76	4	2	4	2	3	4	4	23	4	4	2	3	5	3	21	3	5	4	4	5	2	23	5	5	5	4	5	24	
77	4	4	4	3	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	1	1	16	5	4	5	4	5	23	

78	3	3	2	3	4	3	4	22	4	3	4	3	4	2	20	3	3	5	2	3	3	19	5	5	5	5	5	25
79	3	3	3	3	2	4	3	21	4	2	4	2	4	4	20	1	3	2	3	5	2	16	5	5	4	5	5	24
80	4	4	4	4	4	4	4	28	5	3	4	4	4	4	24	4	5	3	4	4	4	24	4	5	5	5	5	24
81	3	2	3	3	4	4	4	23	4	4	4	3	4	3	22	1	2	4	4	2	4	17	3	4	4	4	5	20
82	4	2	5	4	3	3	4	25	4	4	4	3	4	5	24	4	2	5	3	4	2	20	5	5	4	5	4	23
83	1	2	1	2	1	2	4	13	3	5	3	4	4	5	24	3	3	2	4	4	4	20	4	2	4	5	4	19
84	4	4	4	4	4	4	2	26	4	2	5	4	3	3	21	2	4	4	5	4	5	24	4	3	5	4	5	21
85	5	5	5	4	5	5	4	33	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	25
86	4	3	4	3	4	3	3	24	4	1	4	2	4	2	17	2	3	2	2	3	2	14	2	3	3	2	3	13
87	4	4	4	4	5	5	5	31	3	3	2	4	2	4	18	2	2	2	5	4	5	20	4	4	5	4	5	22
88	4	4	5	5	3	2	2	25	3	5	3	4	4	5	24	3	4	3	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25
89	5	3	4	5	5	5	4	31	4	4	2	4	5	5	24	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	2	3	4	25	4	5	5	4	3	3	24	4	4	4	1	4	4	21	5	5	5	5	5	25
91	4	2	2	3	4	3	2	20	4	3	5	3	5	4	24	2	4	3	4	3	2	18	4	5	4	4	3	20
92	5	4	4	3	5	4	5	30	5	5	2	3	5	3	23	4	5	2	4	4	4	23	4	5	5	5	5	24
93	4	4	4	4	4	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	3	4	3	4	3	3	20	5	5	5	5	5	25
94	5	5	4	4	4	4	3	29	4	5	3	5	5	5	27	3	4	3	3	4	5	22	5	5	5	5	5	25
95	4	5	5	2	5	5	5	31	4	3	4	5	4	4	24	2	3	2	3	3	5	18	5	5	5	5	4	24
96	5	1	4	2	4	3	3	22	4	2	1	5	4	5	21	4	5	2	4	4	4	23	5	4	5	4	5	23
97	3	5	5	5	4	5	4	31	4	3	2	4	5	4	22	4	4	3	3	4	4	22	5	5	4	5	5	24
98	3	4	4	4	4	4	2	25	5	3	4	3	4	5	24	4	2	5	2	2	2	17	5	4	4	5	4	22
99	4	5	3	3	3	3	2	23	4	4	4	3	4	5	24	3	3	2	4	5	5	22	5	4	5	5	5	24
100	5	4	5	2	5	5	5	31	2	2	2	5	5	5	21	3	1	4	2	4	2	16	3	4	5	3	5	20

Lampiran 3. Hasil uji validitas dan reliabelitas

Tabel 5.2 Uji validitas variabel Y Keputusan Wisatawan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.50	9.848	.664	.803
Y1.2	16.31	11.024	.578	.825
Y1.3	16.41	10.325	.643	.809
Y1.4	16.50	10.010	.653	.806
Y1.5	16.40	9.980	.685	.797

Sumber : Hasil Penelitian 2013 (Pengelohan dengan SPSS)

Tabel 5.3 Uji validitas Variabel X1 Marketing Mix

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.15	27.624	.725	.826
X1.2	20.40	27.939	.626	.839
X1.3	20.24	26.669	.687	.830
X1.4	20.44	28.693	.575	.846
X1.5	20.02	28.464	.619	.840
X1.6	20.10	28.313	.660	.835
X1.7	20.85	28.432	.512	.857

Sumber : Hasil Penelitian 2013 (Pengelohan dengan SPSS)

Tabel Uji 5.4 validitas variabel X2 Sosial Budaya

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.75	13.058	.377	.648
X2.2	17.87	11.064	.550	.582
X2.3	17.94	12.299	.400	.642
X2.4	17.59	13.881	.325	.663
X2.5	17.28	14.143	.310	.667
X2.6	17.52	12.394	.486	.611

Sumber : Hasil Penelitian 2013 (Pengelohan dengan SPSS)

Tabel 5.5 Uji validitas variabel X3 Psikologi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	16.72	13.800	.424	.602
X3.2	16.60	13.515	.402	.609
X3.3	16.54	13.827	.361	.624
X3.4	16.46	13.746	.409	.607
X3.5	16.23	14.805	.343	.630
X3.6	16.55	13.361	.383	.617

Sumber : Hasil Penelitian 2013 (Pengelohan dengan SPSS)

Tabel 5.6 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach alpa reliabilitas	Keterangan
Keputusan Wisatawan	,841	Reliabel
Marketing Mix	,859	Reliabel
Sosial Budaya	,679	Reliabel
Psikologi	,657	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2013 (Data Diolah)

Lampiran 4 : Tanggapan Responden

Tabel 5.7. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Keputusan Wisatawan

Kategori												
Item No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sngt Tidak Setuju		Total	%
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%		
1	43	43	30	30	15	15	11	11	1	1	100	100
2	48	48	33	33	12	12	7	7	0	0	100	100
3	46	46	29	29	16	16	9	9	0	0	100	100
4	43	43	29	29	16	16	12	12	0	0	100	100
5	47	47	30	30	12	12	11	11	0	0	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data kuisisioner, 2013

Tabel 5.8. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Marketing Mix

Kategori												
Item No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sngt Tidak Setuju		Total	%
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%		
1	20	20	38	38	24	24	13	13	5	5	100	100
2	18	18	31	31	19	19	27	27	5	5	100	100
3	23	23	35	35	16	16	17	17	9	9	100	100
4	18	18	27	27	21	21	31	31	3	3	100	100
5	26	26	37	37	22	22	9	9	6	6	100	100
6	27	27	25	25	31	31	15	15	2	2	100	100
7	13	13	22	22	19	19	29	29	17	17	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data Kuisisioner, 2013

Tabel 5.9. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Sosial Budaya

Kategori												
Item No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sngt Tidak Setuju		Total	%
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%		
1	15	15	42	42	18	18	19	19	6	6	100	100
2	26	26	18	18	22	22	29	29	5	5	100	100
3	20	20	29	29	16	16	29	29	6	6	100	100
4	20	20	37	37	27	27	15	15	1	1	100	100
5	29	29	43	43	19	19	9	9	0	0	100	100
6	28	28	29	29	27	27	14	14	2	2	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data kuisioner, 2013

Tabel 5.10. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Psikologi

Kategori												
Item No	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sngt Tidak Setuju		Total	%
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%		
1	9	9	34	34	23	23	26	26	8	8	100	100
2	14	14	35	35	21	21	19	19	11	11	100	100
3	21	21	23	23	26	26	23	23	7	7	100	100
4	17	17	32	32	30	30	12	12	9	9	100	100
5	19	19	41	41	23	23	14	14	3	3	100	100
6	22	22	27	27	14	14	30	30	7	7	100	100

Sumber : Hasil pengolahan data kuisisioner, 2013

Lampiran 5. Hasil analisis faktor marketing mix

Tabel 5.12
Hasil Uji KMO dan Barlett's Faktor Marketing Mix
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.836
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	290.351
	df	21
	Sig.	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.13
Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor Marketing Mix
Anti-image Matrices

Variabel	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
X1.1 (Produk)	.865^a	-.098	-.342	-.188	-.314	-.105	-.014
X1.2 (Harga)	-.098	.825^a	-.019	-.423	.013	-.317	.017
X1.3 (Tempat)	-.342	-.019	.876^a	-.263	-.082	-.079	-.155
X1.4 (Promosi)	-.188	-.423	-.263	.788^a	-.022	.195	-.068
X1.5 (Proses)	-.314	.013	-.082	-.022	.858^a	-.348	.017
X1.6 (Orang)	-.105	-.317	-.079	.195	-.348	.784^a	-.367
X1.7 (Lngk.. Fisik)	-.014	.017	-.155	-.068	.017	-.367	.854^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.14
Komunalitas Variabel-Variabel Faktor Marketing Mix
Communalities

	Initial	Extraction
X1.1	1.000	.677
X1.2	1.000	.544
X1.3	1.000	.624
X1.4	1.000	.478
X1.5	1.000	.546
X1.6	1.000	.579
X1.7	1.000	.397

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.15
Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Empat Variabel Pembentuk Faktor *Marketing Mix*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.845	54.926	54.926	3.845	54.926	54.926
2	.905	12.926	67.852			
3	.673	9.620	77.472			
4	.583	8.330	85.802			
5	.390	5.572	91.374			
6	.323	4.613	95.987			
7	.281	4.013	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.16
Matrik Faktor *Marketing Mix* dengan Rotasi Varimax Component Matrix

Variabel	Component
	1
X1.1	.823
X1.2	.738
X1.3	.790
X1.4	.691
X1.5	.739
X1.6	.761
X1.7	.630

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Lampiran 6. Hasil analisis faktor sosial budaya

Tabel 5.17 Hasil Uji KMO dan Barlett's Faktor Sociocultural

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.720
Approx. Chi-Square		66.346
Bartlett's Test of Sphericity	df	10
Sig.		.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabe15.18 Matrik Korelasi Variabel Pembentuk Faktor Sociocultural

Anti-image Matrices

Variabel		X2.1	X2.2	X2.3	X2.5	X2.6
Anti-image Correlation	X2.1 (Personal Influence)	.759^a	-.261	-.194	-.074	-.060
	X2.2 (Kelompok referensi)	-.261	.693^a	-.349	-.141	-.136
	X2.3 (Keluarga)	-.194	-.349	.707^a	.003	-.071
	X2.5 (Budaya)	-.074	-.141	.003	.720^a	-.238
	X2.6 (Subbudaya)	-.060	-.136	-.071	-.238	.744^a

Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber ; Hasil Penelitian, 2013

**Tabel 5.19 Komunalitas Variabel-Variabel Faktor Sociocultural
Communalities**

	Initial	Extraction
X2.1	1.000	.458
X2.2	1.000	.604
X2.3	1.000	.480
X2.5	1.000	.274
X2.6	1.000	.319

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.20
Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif
Varians dari Tiga Variabel Pembentuk Faktor *Sociocultural*
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.135	42.693	42.693	2.135	42.693	42.693
2	.990	19.810	62.503			
3	.710	14.191	76.693			
4	.648	12.970	89.663			
5	.517	10.337	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.21 Matrik Faktor *Sociocultural* dengan Rotasi Varimax

Component Matrix^a

	Component
	1
X2.1	.677
X2.2	.777
X2.3	.693
X2.5	.523
X2.6	.565

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian

Lampiran 7. Hasil analisis faktor psikologi

Tabel 5.22
Hasil Uji KMO dan Barlett's Faktor *Psychological*
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.701
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	45.232
df	10
Sphericity Sig.	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.23
Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor *Psychological*
Anti-image Matrices

Variabel	X3.1	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1 (Motivasi)	.695^a	-.226	-.004	-.054	-.142
X3.3 (Persepsi)	-.226	.679^a	-.265	-.110	-.085
X3.4 (Pembelajaran)	-.004	-.265	.693^a	-.153	-.137
X3.5 (Nilai dan Sikap)	-.054	-.110	-.153	.724^a	-.224
X3.6 (Gaya hidup)	-.142	-.085	-.137	-.224	.719^a

Measures Of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.24
Komunalitas Variabel-Variabel Faktor *Psychological*
Communalities

	Initial	Extraction
X3.1	1.000	.287
X3.3	1.000	.467
X3.4	1.000	.411
X3.5	1.000	.386
X3.6	1.000	.407

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.25
Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif
Varians dari Enam Variabel Pembentuk Faktor *Psychological*

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.958	39.151	39.151	1.958	39.151	39.151
2	.900	17.996	57.147			
3	.837	16.736	73.883			
4	.695	13.892	87.774			
5	.611	12.226	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Tabel 5.26
Matrik Faktor *Psychological* dengan Rotasi Varimax

Component Matrix

	Component
	1
X3.1	.535
X3.3	.684
X3.4	.641
X3.5	.621
X3.6	.638

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Penelitian

Lampiran 8. Hasil analisis regresi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Wisatawan	20.53	3.922	100
Marketing Mix	.00000	1.000000	100
Sociocultural	.00000	1.000000	100
Pshycologi	.00000	1.000000	100

Sumber : Hasil penelitian, 2013

Correlations

		Keputusan Wisatawan	Marketing Mix	Sociocultural	Pshycologi
Pearson Correlation	Keputusan Wisatawan	1.000	.532	.536	.514
	Marketing Mix	.532	1.000	.388	.253
	Sociocultural	.536	.388	1.000	.157
	Pshycologi	.514	.253	.157	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Wisatawan	.	.000	.000	.000
	Marketing Mix	.000	.	.000	.006
	Sociocultural	.000	.000	.	.059
	Pshycologi	.000	.006	.059	.
N	Keputusan Wisatawan	100	100	100	100
	Marketing Mix	100	100	100	100
	Sociocultural	100	100	100	100
	Pshycologi	100	100	100	100

Sumber : Hasil penelitian, 2013

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pshycologi, Sociocultural, Marketing Mix		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

b. All requested variables entered.

Sumber : Hasil penelitian, 2013

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.740 ^a	.547	.533	2.680	.547	38.681	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Pshycologi, Sociocultural, Marketing Mix

Sumber : Hasil penelitian, 2013

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	833.430	3	277.810	38.681	.000 ^b
	Residual	689.480	96	7.182		
	Total	1522.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Pshycologi, Sociocultural, Marketing Mix

Sumber : Hasil penelitian, 2013

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	20.530	.268		76.606	.000			
Marketing Mix	1.156	.299	.295	3.868	.000	.532	.367	.266
Sociocultural	1.418	.293	.362	4.843	.000	.536	.443	.333
Pshycologi	1.501	.279	.383	5.379	.000	.514	.481	.369

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

Sumber : Hasil penelitian, 2013

KURIKULUM VITAE

A. Identitas



Husein Hasan. Dilahirkan di Tidore pada tanggal 14 Agustus tahun 1986, beragama Islam. Menyelesaikan S1 di Universitas Negeri Gorontalo pada tahun 2009 di Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Ekonomi Dan Manajemen. Pada tahun 2013 menyelesaikan S2 di Universitas Hasanuddin, Jurusan Manajemen Keuangan. Bekerja sebagai tenaga pengajar di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Tidore Mandiri. Alamat Rumah Kelurahan Folarora RT 04, RW 02, Kota Tidore Kepulauan Propinsi Maluku Utara.

B. Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Gamtufkange Kota Tidore Kepulauan Tahun 1999
2. Sekolah lanjutan tingkat pertama (SLTP) Negeri 2 Soasio Kota Tidore Kepulauan Tahun 2002
3. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Tidore Kota Tidore Kepulauan Tahun 2005
4. Tingkat Sarjana Pendidikan (S1) di UNG Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ekonomi Dan Manajemen, Tahun 2009.
5. Tingkat Pendidikan S2 di Universitas Hasanuddin, Jurusan Manajemen Keuangan, tahun 2013.