

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	6
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1    Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	8
1.4    Sistematika Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1    Landasan Teori.....	10
2.1.1    Teori Permintaan.....	10
2.1.2    Permintaan Pariwisata.....	12
2.1.3    Teori Penawaran.....	17
2.1.4    Penawaran Pariwisata.....	19
2.1.5    Teori Pengelolaan Sumber Daya Alam.....	25
2.1.6    Teori Pembangunan Berkelanjutan.....	25
2.1.7    Valuasi Ekonomi.....	25
2.1.8    Tingkat Kesadaran Masyarakat.....	35
2.2    Penelitian Terdahulu.....	38
2.3    Kerangka Pemikiran Penelitian.....	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45

3.2	Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5	Metode Analisis.....	52
3.5.1	Analisis Kuantitatif (Statistik Deskriptif).....	52
3.6	<i>Contingent Valuation Method</i> .....	56
BAB IV PEMBAHASAN.....		59
4.1	Gambaran Umum Objek Wisata Hutan Mangrove.....	59
4.1.1	Letak Wilayah Objek Wisata Hutan Mangrove.....	61
4.1.2	Identifikasi keadaan Objek Wisata Hutan Mangrove.....	63
4.2	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1	Profil Sosio-Ekonomi Responden.....	64
4.2.2	Persepsi Responden terhadap Objek Wisata Hutan Mangrove.....	69
4.3	Analisis Nilai <i>Willingness To Pay</i> (WTP) Pengunjung Objek Wisata Hutan Mangrove.....	76
KESIMPULAN.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....		xix
DAFTAR LAMPIRAN.....		xxiii
LAMPIRAN B: KUESIONER PENELITIAN.....		xxv
LAMPIRAN C: OLAH DATA.....		xxix
LAMPIRAN D: WAWANCARA DENGAN KEY PERSON.....		xx