

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRAC.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Fungsi Dan Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	19
2.1.1 Manajemen.....	19
2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	20
2.1.3 Bidang-Bidang Manajemen.....	20
2.1.4 Pemasaran.....	21
2.1.5 Fungsi Dan Peran Pemasaran.....	21
2.1.6 Potential Market.....	22
2.1.7 Dimensi Market.....	23
2.1.8 Word Of Mouth.....	24
2.1.9 EWOM (Elektronik Word Of Mouth).....	25

2.1.10	Dimensi Electronic Word Of Mouth.....	27
2.1.11	Media Sosial.....	27
2.1.12	Dimensi Penggunaan Media Sosial.....	29
2.1.13	Karakteristik Media Sosial Media sosial.....	29
2.1.14	Manfaat Dan Kegunaan Media Sosial.....	30
2.1.15	Destination Image (Citra Destinasi).....	31
2.1.16	Pembentukan Citra Destinasi.....	32
2.1.17	Dimensi Citra Destinasi.....	32
2.1.18	Minat Berkunjung.....	33
2.1.19	Keputusan Berkunjung.....	34
2.1.20	Minat Berkunjung Ulang.....	34
2.1.21	Dimensi Minat Berkunjung.....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.1	Ulasan Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	51
2.4	Hipotesis Penelitian.....	56
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	56
	BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1	Karakteristik Penelitian.....	58
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.2	Variabel Intervening.....	59
3.3	Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	64
3.4	Populasi dan Sampel.....	65
3.4.1	Populasi.....	65
3.4.2	Sampel.....	66
3.4.3	Teknik Sampling.....	66
3.5.1	Pengumpulan Data.....	67

3.5.2	Sumber Data.....	67
3.6	Validitas dan Reabilitas.....	67
3.6.1	Uji Validitas.....	67
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	70
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	72
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	72
3.7.2	Transformasi Data Ordinal Ke Interval.....	74
3.7.3	Analisis Partial Least Square (PLS).....	75
3.7.4	Langkah-langkah Analisis dengan Metode <i>Partial Least Square</i> . ..	76
3.8	Koefisien Determinasi.....	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		81
4.1	Hasil Penelitian.....	81
4.1.1	Karakteristik Responden.....	81
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	83
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.1.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan atau Uang Jajan Perbulan.....	84
4.1.6	Hasil Penelitian.....	84
4.1.7	Analisis Deskriptif.....	85
4.1.8	Structural Equation Model (SEM).....	103
4.1.9	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	104
4.1.9	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	108
4.1.10	Predictive Relevance.....	110
4.1.11	Uji Hipotesis.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		117
5.1	Kesimpulan.....	117

5.2	Saran.....	118
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	118
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....		120
LAMPIRAN.....		123