

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang.....	2
1.3    Rumusan Masalah.....	18
1.4    Tujuan Penelitian .....	20
1.5    Manfaat Penelitian.....	21
1.5.1    Bagi Sektor Pariwisata.....	22
1.5.2    Bagi Peneliti .....	22
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	22
BAB II LANDASAN TEORI .....	25
2.1    Teori Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	25
2.1.1    Industri Pariwisata .....	25
2.1.2    Pemasaran .....	25
2.1.3    Pemasaran Media Sosial .....	31
2.1.4 <i>Destination Marketing</i> .....	35
2.1.5    Hubungan antara <i>Social Media Quality</i> dengan <i>Destination Brand Awareness</i> .....	38
2.1.6    Hubungan antara <i>Social Media Quality</i> dengan <i>Destination Satisfaction</i> .....	38
2.1.7    Hubungan antara <i>Social Media Quantity</i> dengan <i>Destination Satisfaction</i> .....	39

2.1.8	Hubungan antara <i>Social Media Credibility</i> dengan <i>Destination Satisfaction</i> .....	39
2.1.9	Hubungan antara <i>e-WOM</i> dengan <i>Destination Satisfaction</i> .....	40
2.1.10	Hubungan antara <i>e-WOM</i> dengan <i>Destination Brand Awareness</i> ..	40
2.1.11	Hubungan antara <i>Destination Satisfaction</i> dengan <i>Destination Brand Awareness</i> .....	41
2.1.12	Hubungan antara <i>Destination Brand Awareness</i> dengan <i>Revisit Intention</i> .....	41
2.1.13	Hubungan antara <i>Destination Satisfaction</i> dengan <i>Revisit Intention</i> 42	
2.2	Kerangka Pemikiran .....	51
2.3	Hipotesis Penelitian .....	57
BAB III METODE PENELITIAN .....		63
3.1	Jenis Penelitian .....	63
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	64
3.3	Tahapan Penelitian.....	69
3.4	Populasi dan Sampel.....	71
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	74
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74
3.7	Teknik Analisis Data .....	77
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	77
3.7.2	SEM PLS.....	79
3.7.3	Uji Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		85
4.1	Karakteristik Responden .....	85
4.1.1	<i>Screening Question</i> .....	85
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
4.2	Hasil Penelitian.....	87
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	87
4.2.2	Analisis SEM.....	98
4.2.3	Uji Hipotesis dan Signifikansi.....	106
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	113

4.3.1	Penilaian Responden terhadap <i>Social Media Quality</i> , <i>Social Media Quantity</i> , <i>Social Media Credibility</i> dan e-WOM pada akun Instagram Orchid Forest Cikole.....	113
4.3.2	Penilaian Responden terhadap <i>Destination Satisfaction</i> dan <i>Destination Brand Awareness</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole	114
4.3.3	Penilaian Responden terhadap niat untuk melakukan kunjungan kembali ke Orchid Forest Cikole .....	114
4.3.4	Pengaruh <i>Social Media Quality</i> , <i>Social Media Quantity</i> , <i>Social Media Credibility</i> dan e-WOM terhadap <i>Destination Satisfaction</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole .....	115
4.3.5	Pengaruh <i>Social Media Quality</i> dan E-WOM terhadap <i>Destination Brand Awareness</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole .....	118
4.3.6	Pengaruh <i>Destination Satisfaction</i> terhadap <i>Destination Brand Awareness</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole .....	119
4.3.7	Pengaruh <i>Destination Brand Awareness</i> dan <i>Destination Satisfaction</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	120
4.3.8	Pengaruh <i>Social Media Quality</i> , <i>Social Media Quantity</i> , <i>Social Media Credibility</i> dan E-WOM terhadap <i>Revisit Intention</i> pada akun Instagram Orchid Forest Cikole .....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		125
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Saran .....	127
5.2.1	Aspek Praktis.....	127
5.2.2	Aspek Akademis.....	129
LAMPIRAN .....		131
Lampiran I: Kuesioner .....		131
DAFTAR PUSTAKA .....		135