

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN	4
1.3.1. ruang Lingkup Subjek	4
1.3.2. Ruang Lingkup Onjek	5
1.3.3. Ruang Lingkup Tempat	5
1.3.4. Ruang Lingkup Waktu	5
1.3.5. Ruang Lingkup Penelitian	5

1.4 TUJUAN PENELITIAN	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN	5
1.5.1. Bagi Penulis	6
1.5.2. Bagi Institute Informatika Dan Bisnis Darmajaya	6
1.5.3. Bagi Perusahaan	6
1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 Pemasaran	9
2.3 Bauran Pemasaran	11
2.4 Media Sosia	14
2.4.1. Macam Macam Media Sosial	15
2.4.2. Indikator Media Sosial	16
2.5 Physical Evidence	17
2.5.1. Indikator Media Sosial	18
2.5.1.1. Fasilitas Interior	19
2.5.1.2. Fasilitas Eksterios	20
2.5.1.3. Komunikasi Fisik	21
2.6 Minat Kunjung Kembali Wisatawan	23
2.6.1. Minat Kunjung Kembali	23
2.6.2. Indikator Media Sosial	24
2.7 Penelitian Terdahulu	25
2.8 Kerangka Pemikiran	28
2.9 Hipotesis	29
2.9.1. Media Sosial	29
2.9.2. Physical Evidence	29
2.9.3. Minat Kunjung Kembali	30

2.10	Kerangka Penelitian	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1.	jeneis Penelitian	32
3.2.	Sumber Data	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1.	Penelitian Lapangan	32
3.4.	Populasi Sempel	33
3.4.1.	Populasi	33
3.4.2.	Sampel	33
3.5.	Variabel Penelitian	35
3.5.1.	Variabel Independen	35
3.5.2.	Variabel Dependen	35
3.6.	Definisi Oprasional Variabel	35
3.7.	Persyaratan Instrumen	37
3.7.1.	Uji Validasi	37
3.7.2.	Uji Reliabilitas	38
3.8.	Uji Persyaratan Analisis Data	40
3.8.1.	Pengujian Normalitas	40
3.8.2.	Uji Linieritas	41
3.8.3.	Uji Multikolinier	41
3.9.	Metode Analisis Data	42
3.9.1.	Regresi Linier Berganda	42
3.10.	Pengujian Hipotesis	42
3.10.1.	Uji T Atau Uji Parsial	42
3.10.2.	Uji F Atau Uji Simultan	43
BAB IV	HASIL ANALISIS DATA	45
4.1.	deskripsi Data	45
4.1.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	45

4.2. Hasil Uji Persyaratan Instrumen	50
4.2.1. Hasil Uji Validitas	50
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	51
4.3. Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	52
4.3.1. Hasil Uji Normalitas	52
4.3.2. Hasil Uji Linieritas	53
4.3.3. Hasil Uji Multikolinier	53
4.4. Hasil Analisis Data	54
4.4.1. Regresi Linier Berganda	54
4.4.2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	55
4.4.3. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	56
4.5. Pembahasan	57
4.5.1. Pembahasan Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Kembali	57
4.5.2. Pembahasan Physical Evidence Terhadap Minat Kunjung Kembali	57
4.5.3. Pembahasan Media Sosial Dan Physical Evidence Tergadap Minat Kunjung Kembali	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. simpulan	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU	25
TABEL 2.2 KERANGKA PENELITIAN	28
TABEL 3.1 INSTRUMEN SKALA INTERVAL	33
TABEL 3.2 KRITERIA PEMILIHAN SAMPEL	35
TABEL 3.3 TABEL OPERASIONAL VARIABEL	36
TABEL 3.4 INTERPRETASI NILAI R	39
TABEL 4.1 TABEL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	45
TABEL 4.2 TABEL RESPONDEN BERDASARKAN USIA	46
TABEL 4.3 TABEL RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	46
TABEL 4.4 TABEL RESPONDEN BERDASARKAN PENGALAMAN BERKUNJUNG	47
TABEL 4.5 HASIL UJI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN MEDIA SOSIAL	48
TABEL 4.6 HASIL FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN PHYSICAL EVIDENCE	49
TABEL 4.7 HASIL FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN MINAT KUNJUNG KEMBALI	49
TABEL 4.8 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL	50
TABEL 4.9 HASIL UJI RELIABILITAS	52

TABEL 4.10 HASIL UJI NORMALITAS	52
TABEL 4.11 HASIL UJI LINIERITAS	53
TABEL 4.12 HASIL UJI MULTIKOLINIER	54
TABEL 4.13 PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA	54
TABEL 4.14 HASIL UJI MODEL SUMMARY.....	55
TABEL 4.15 HASIL UJI PARSIAL (UJI t)	56
TABEL 4.16 HASIL UJI SIMULTAN (UJI F)	57