

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian .....	11
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	11
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	11
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
2.1 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	15
2.1.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	15
2.1.2 Perbedaan WOM Dan eWOM .....	15
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) .....	16
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM).....	16
2.2.2 Keunggulan <i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) .....	17
2.3 Daya Tarik Wisata.....	18
2.3.1 Pengertian Daya Tarik Wisata .....	18
2.3.2 Syarat Daya Tarik Wisata .....	19
2.4 Keputusan Pembelian .....	21
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	21
2.4.3 Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	23
2.5 Penelitian Terdahulu .....	25

2.6	Kerangka Pikir.....	27
2.7	Hipotesis.....	28
2.7.1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	28
2.7.2	Pengaruh Daya Tarik Wisata (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	28
2.7.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Sumber Data .....	31
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4	Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Sampel.....	33
3.5	Variabel Penelitian .....	34
3.6	Definisi Oprasional Variabel.....	34
3.7	Uji Persyaratan Instrumen .....	36
3.7.1	Uji Validitas .....	36
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data .....	37
3.8.1	Uji Normalitas .....	37
3.8.2	Uji Homogenitas Sampel .....	38
3.8.3	Uji Linieritas .....	38
3.9	Model Analisis Data.....	39
3.9.1	Analisis Regresi Berganda .....	39
3.10	PengujianHipotesis.....	40
3.10.1	Uji t .....	40
3.10.2	Uji F .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
4.1	Deskripsi Data .....	43
4.1.1	Deskripsi Karateristik Responden.....	43
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	53
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	53
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
4.3	Uji Persyaratan Analisis Data .....	57
4.3.1	Hasil Uji Normalitas .....	57
4.3.2	Hasil Uji Homogenitas .....	58
4.3.3	Hasil Uji Linieritas .....	59
4.4	Hasil Uji Analisis Data.....	60
4.4.1	Hasil Regresi Linier Berganda .....	60
4.4.2	Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	62
4.4.3	Hasil Uji F.....	63

4.5	Pembahasan .....	64
4.5.1	Pembahasan Pengaruh <i>Electronic Word of Mouh</i> (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	65
4.5.2	Pembahasan Pengaruh Daya Tarik Wisata (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	65
4.5.3	Pembahasan Pengaruh <i>Electronic Word of Mouh</i> (X1) Dan Daya Tarik Wisata (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>69</b>
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	69

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung .....	2
1.2. Objek Wisata Bandar Lampung .....	3
1.3. Fasilitas Dan Layanan Di Puncak Mas Bandar Lampung. ....	9
2.1. Penelitian terdahulu.....	25
3.1. Definisi Operasional Variabe .....	34
3.2. Kategori Angka Skala Reliabilitas .....	37
4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	44
4.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
4.5. Responden Berdasarkan Media Sosial yang Sering Digunakan .....	45
4.6. Frekuensi Responden dalam mengunjungi media sosial .....	46
4.7. Hasil Jawaban Responden <i>Variabel Elektronik Word Of Mouth (X1)</i> .....	47
4.8. Hasil Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Wisata (X2) .....	49
4.9. Hasil Jawaban Responden Keputusan Berkunjung (Y) .....	51
4.10. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i> .....	54
4.11. Hasil Uji Validitas Kuesioner Daya Tarik Wisata (X2).....	54
4.12. Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Berkunjung (Y).....	55
4.13. Daftar Interpretasi Koefisien .....	56
4.14. Hasil Uji Reliabilitas .....	57
4.15. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	58
4.16. Hasil Uji Homogenitas .....	59
4.17. Hasil Uji Linieritas .....	59
4.18. Hasil Perhitungan Coefficients Regresi .....	60
Tabel 4.19. Hasil Uji Model Summary .....	61
4.20. Hasil Perhitungan Uji T .....	62
4.20. Hasil Perhitungan Uji F.....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Grafik Kunjungan Wisatawan 2018.....	5
1.2. Pernyataan Positif Wisatawan.....	7
1.3. Pernyataan Negatif Wisatawan .....	7
2.1. kerangka pikir.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuisisioner (Lampiran 1)
2. Hasil Jawaban Responden (Lampiran 2)
3. Karakteristik Responden (Lampiran 3)
4. Jawaban Responden *Electronic Word Of Mouth* (Lampiran 4)
5. Jawaban Responden Daya Tarik Wisata (Lampiran 4)
6. Jawaban Responden Keputusan Berkunjung (Lampiran 4)
7. Hasil Uji Validitas (Lampiran 5)
8. Hasil Uji Reliabilitas (Lampiran 6)
9. Hasil Uji Normalitas (Lampiran 7)
10. Data Pengunjung Puncak Mas 2018
11. Surat Izin Penelitian
12. Balasan Surat Penelitian
13. Tabel t
14. Tabel f
15. Tabel r