

## DAFTAR ISI

<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>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek .....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	10
1.3.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1	Teori Perilaku Konsumen .....	14
2.2	<i>Visit Intention</i> .....	15
2.2.1	Indikator <i>Visit Intention</i> .....	16
2.3	<i>Travel Motivation</i> .....	16
2.3.1	Indikator <i>Travel Motivation</i> .....	18
2.4	<i>Electronic word of mouth</i> .....	19
2.4.1	Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	20
2.4.2	Perbedaan WOM dan E-WOM .....	22
2.4.3	Indikator <i>Electrnoic Word Of Mouth</i> .....	22
2.5	<i>Destination Image</i> .....	23
2.5.1	Indikator <i>Destination Image</i> .....	24
2.6	Penelitian Terdahulu .....	26
2.7	Model Penelitian .....	27
2.8	Kerangka Pemikiran.....	28
2.9	Pengembangan Hipotesis.....	29
2.9.1	pengaruh <i>Travel Motivation</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	29
2.9.2	pengaruh E-wom terhadap <i>Visit Intention</i> .....	29
2.9.3	pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> ....	30

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Sumber Data .....	31
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4	Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1	Populasi .....	32
3.4.2	Sampel .....	32
3.5	Variabel Penelitian .....	33
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	37

3.7.1 Uji Validitas .....	37
3.7.2 Uji Reabilitas .....	39
3.8 Metode Analisis Data .....	39
3.8.1 model pengukuran atau outer model.....	40
3.8.2 model struktural atau Inner Model.....	41
3.9 Pengujian Hipotesis .....	41

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskriptif Data .....	43
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.1.2 Jenis Kelamin .....	43
4.1.3 Usia.....	44
4.1.4 Media Sosial yang digunakan.....	44
4.1.5 Asal Tempat Tinggal (Kabupaten/Kota) .....	45
4.1.6 Pekerjaan .....	46
4.1.7 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	51
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	51
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
4.3 Uji Measurement (Outer) Model.....	55
4.3.1 Convergent Validity .....	55
4.3.2 Discriminant Validity .....	57
4.3.3 Uji Average Variance Extracted.....	60
4.3.4 Composite Reliability .....	61
4.3.5 Cronbach's Alpha .....	61
4.4 Uji Measurement (Inner) Model.....	62
4.4.1 Hasil Uji Path Coefficient .....	63
4.4.2 Hasil Uji Kebaikan (Goodnes of Fit).....	63
4.5 Uji Hipotesis .....	64
4.5.1 Pengaruh <i>travel motivation</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	65

4.5.2 Pengaruh E-Wom terhadap <i>Visit Intention</i> .....	65
4.5.3 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> ....	66
4.6 Pembahasan .....	66
4.6.1 Pengaruh <i>Travel Motivation</i> terhadap <i>Visit Intention</i> ...	66
4.5.2 Pengaruh E-Wom terhadap <i>Visit Intention</i> .....	67
4.5.3 Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Visit Intention</i> ...	70

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran .....	73

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**