

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
1. Kontribusi Praktis Penelitian.....	11
2. Kontribusi Akademis Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Definisi Pemasaran.....	12
2. Pariwisata	13
a. Pengertian Pariwisata	13
b. Permintaan Pariwisata	14
3. Harga	14

a.	Pengertian Harga	14
b.	Pengertian Penempatan Harga.....	15
c.	Metode Penempatan Harga.....	15
d.	Tujuan Penempatan Harga	16
e.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penempatan Harga ..	17
f.	Dimensi Harga.....	20
4.	Lokasi.....	20
a.	Pengertian Lokasi	20
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi.....	21
c.	Pemilihan Lokasi	21
d.	Dimensi Lokasi	22
5.	<i>Word of Mouth Marketing</i>	23
a.	Pengertian <i>Word of Mouth Marketing</i>	23
b.	Dimensi <i>Word of Mouth</i>	25
c.	Sifat-sifat Komunikasi dari <i>Word of Mouth Marketing</i>	26
d.	Tahapan Komunikasi dari <i>Word of Mouth Marketing</i> .	27
6.	Minat Berkunjung Kembali.....	27
a.	Pengertian Minat Berkunjung Kembali.....	27
b.	Dimensi Minat Berkunjung Kembali	29
7.	Penelitian-penelitian Terdahulu	30
B.	Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	32
a.	Hubungan Harga dan Minat Berkunjung Kembali	32
b.	Hubungan Lokasi dan Minat Berkunjung Kembali	33

c. Hubungan <i>Word of Mouth Marketing</i> dan Minat	
Berkunjung Kembali	33
C. Pengembangan Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
1. Waktu Penelitian	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi dan Operasional Variabel	36
1. Definisi Variabel	36
2. Operasioanal Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel.....	39
E. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi Penelitian.....	40
2. Sampel Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Jenis Data Penelitian	42
H. Metode Analisis Data.....	42
1. Statistik Deskriptif	42
2. SEM (<i>Stuctural Equation Modeling</i>)	42
3. Uji Kualitas Data.....	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Realibilitas	45

I.	Tahapan-tahapan dalam Bentuk SEM.....	46
1.	Konsep tualisasi model	46
2.	Penyusunan diagram alur (<i>path diagram</i>).....	48
3.	Spesifikasi model	48
4.	Identifikasi model.....	49
5.	Estimasi parameter	49
6.	Penilaian model fit	49
7.	Pengujian model.....	52
8.	Validasi silang model.....	52
J.	Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B.	Statistik Deskriptif	54
1.	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
2.	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	56
3.	Deskriptif Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	57
4.	Deskriptif Responden Berdasarkan Sebaran Wilayah	58
C.	Karakteristik Jawaban Responden	59
1.	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Harga	59
2.	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Lokasi	60
3.	Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Word of Mouth</i> ...	61
4.	Deskriptif Jawaban esponden Variabel Minat Berkunjung Kembali	62

D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	63
1. Hasil Uji Validitas Variabel dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel	63
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran	73
1. Uji kecocokan Model Keseluruhan.....	73
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji t)	76
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	77
F. Analisis Hasil Penelitian	79
1. Analisis Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali	79
2. Analisis Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali	79
3. Analisis <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Berkunjung Kembali	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87