

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKAN PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Pemasaran Pariwisata	11
3. Kualitas Pelayanan	13
4. Promosi	20
5. Keunggulan Kompetitif	26
6. Minat Berkunjung Kembali	27
B. Rerangka Pemikiran	30

1. Penelitian Terdahulu	30
2. Hubungan Antar Variabel	33
3. Rerangka Pemikiran	35
C. Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Operasional Variabel	39
D. Pengukuran Variabel	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi Penelitian	42
2. Sampel Penelitian	42
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Jenis Data Penelitian	44
H. Metode Analisis Data	45
1. IBM SPSS Statistic 22	45
2. SEM (Structural Equation Modeling) – PLS (Partial Least Square)	45
a. Evaluasi Measurement (Outer Model)	46
b. Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (InnerModel)	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Statistik Deskriptif	48
1. Jenis Kelamin	49
2. Usia	49
3. Pekerjaan	50

4.	Megunjungi Taman Mini Indonesia Indah	50
C.	Deskriptif Jawaban Responden	51
1.	Variabel Kualitas Pelayanan	51
2.	Variabel Promosi	52
3.	Variabel Keunggulan Kompetitif	53
4.	Variabel Minat Berkunjung Kembali	55
D.	Metode Analisa Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	55
1.	Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	56
a.	<i>Convergent Validity</i>	56
b.	<i>Drescriminant Validity</i>	61
c.	<i>Drescriminant Validity (Modifikasi)</i>	51
d.	<i>Average Extracted Variance (AVE)</i>	62
e.	<i>Composite Realibility</i>	63
2.	Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis	64
a.	Nilai R-Square	64
b.	<i>Goodness Of Fit Model</i>	64
c.	Hasil Pengujian Hipotesis	65
E.	Pembahasan	68
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali	68
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali	68
3.	Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Minat Berkunjung Kembali	69
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	71
B.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		76