

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 14 |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian | 15 |
| 1. Tujuan Penelitian | 15 |
| 2. Kontribusi Penelitian | 15 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ... | 16 |
| A. Kajian Pustaka | 16 |
| 1. Manajemen Pemasaran | 16 |
| a. Pengertian Pemasaran | 17 |
| b. Perilaku Konsumen | 18 |
| 2. Pariwisata | 21 |
| a. Pengertian Pariwisata | 21 |
| b. Bentuk-bentuk Pariwisata | 22 |
| c. Jenis-jenis Wisata | 26 |
| d. Pemasaran Pariwisata | 28 |
| f. Wisatawan | 29 |

| | |
|---|----|
| 3. Pariwisata Halal | 30 |
| a. Pengertian Wisata Halal..... | 30 |
| b. Perbedaan Wisata Halal, Religi dan Wisata Konvensional ... | 32 |
| 4. <i>City Branding</i> | 33 |
| a. Pengertian <i>City Branding</i> | 33 |
| b. Dimensi dan Indikator <i>City Branding</i> | 35 |
| c. Tujuan <i>City Branding</i> | 37 |
| 5. <i>Destination Image</i> | 38 |
| a. Pengertian <i>Destination Image</i> | 38 |
| b. Proses Pembentukan <i>Image</i> Terhadap Destinasi Wisata | 39 |
| c. Dimensi dan Indikator <i>Destination Image</i> | 39 |
| 6. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> | 40 |
| a. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> | 40 |
| b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> | 42 |
| 7. Keputusan Berkunjung | 43 |
| a. Pengertian Keputusan Berkunjung..... | 43 |
| b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung | 44 |
| c. Dimensi dan Indikator Keputusan Berkunjung..... | 47 |
| 8. Penelitian Terdahulu..... | 48 |
| B. Pengembangan Hipotesis..... | 55 |
| 1. Hubungan <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung..... | 55 |
| 2. Hubungan <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung | 55 |
| 3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap | 56 |
| Keputusan Berkunjung | |
| C. Rerangka Konseptual | 56 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 58 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 58 |
| B. Desain Penelitian | 58 |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 60 |
| D. Skala Pengukuran..... | 63 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 64 |

| | |
|--|-----|
| 1. Populasi Penelitian | 64 |
| 2. Sampel Penelitian | 64 |
| F. Metode Pengumpulan | 65 |
| G. Metode Analisis Data | 66 |
| 1. Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 68 |
| 2. Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 70 |
| 3. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan | 71 |
| 4. Estimasi : <i>Weight</i> , Koefisien Jalur dan <i>Loading</i> | 72 |
| 5. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> | 72 |
| 6. Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>) | 73 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 74 |
| A. Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian | 74 |
| 1. Kondisi Geografis Aceh | 74 |
| 2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh | 74 |
| B. Analisis Statistik Deskriptif | 75 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 76 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 76 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 77 |
| 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 78 |
| 5. Karakteristik Jawaban Responden | 78 |
| C. Analisis Inferensial | 84 |
| 1. <i>Outer Model</i> | 84 |
| 2. <i>Inner Model</i> | 97 |
| 3. Uji Hipotesis | 101 |
| D. Pembahasan | 103 |
| 1. Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung | 103 |
| 2. Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung | 104 |
| 3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> | 106 |
| Terhadap Keputusan Berkunjung | |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 108 |
| A. Simpulan | 108 |
| B. Saran | 109 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |
| LAMPIRAN | 116 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA