

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian.....	11
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	12
1.2.3. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	16
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2. Destinasi Pariwisata .....	17
2.1.3. Pemasaran Pariwisata ( <i>Tourism Marketing</i> ).....	17
2.1.4. Daya Tarik Wisata .....	18
2.1.5. <i>Travel Motivation</i> .....	20

2.1.6.	e-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ).....	22
2.1.7.	Keputusan Berkunjung.....	27
2.1.8.	Kepuasan Wisatawan.....	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.2.1.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung.....	35
2.2.2.	Pengaruh <i>Travel Motivation</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	35
2.2.3.	Pengaruh e-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ) terhadap Keputusan Berkunjung.....	36
2.2.4.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	37
2.2.5.	Pengaruh <i>Travel Motivation</i> Terhadap Kepuasan wisatawan.....	37
2.2.6.	Pengaruh e-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ) terhadap Kepuasan Wisatawan.....	38
2.2.7.	Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	39
2.2.8.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung.....	39
2.2.9.	Pengaruh <i>Travel Motivation</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung.....	40
2.2.10.	Pengaruh e-WOM Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung.....	41
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	42
2.4.	Hipotesis.....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Jenis Penelitian.....	44
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	45
3.2.2.	Definisi Konsep Operasional.....	46
3.2.3.	Pengukuran Variabel.....	47

3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	51
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	51
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5.	Metode Analisis Data .....	52
3.5.1.	Teknik Analisis Data .....	53
3.5.1.1.	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	57
3.5.1.2.	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	58

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Umum Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu.....	60
4.2.	Hasil Penelitian.....	62
4.2.1.	Analisis Deskriptif Responden.....	62
4.2.2.	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	65
4.2.2.1.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Daya Tarik Wisata (X1) .....	65
4.2.2.2.	Analisis Jawaban Responden Terhadap <i>Travel Motivation</i> (X2).....	67
4.2.2.3.	Analisis Jawaban Responden Terhadap eWOM (X3).....	68
4.2.2.4.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Keputusan Berkunjung (Z) .....	69
4.2.2.5.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) .....	70
4.3.	Analisis dan Pembahasan.....	71
4.3.1.	Pengujian <i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran.....	71
4.3.1.1.	<i>Convergent Validity</i> .....	71
4.3.1.2.	<i>Disriminant Validity</i> .....	76
4.3.1.3.	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	78

4.4.	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	79
4.4.1.	Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	79
4.4.2.	Koefisien Determinasi <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	80
4.4.3.	Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( <i>Q-Square</i> ).....	82
4.4.4.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	83
4.4.5.	Persamaan Regresi.....	87
4.5.	Pembahasan .....	89
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Saran .....	94
5.2.1.	Saran untuk Akademis .....	94
5.2.2.	Saran Untuk Suku Dinas Pariwisata dan Pelaku Usaha.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		98
<b>LAMPIRAN</b> .....		103