

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambar Objek Penelitian .....	1
1.2    Latar Belakang .....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	6
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	7
1.5    Tujuan Penelitian.....	8
1.6    Kegunaan Penelitian.....	8
1.7    Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1    Kajian Teori .....	10
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.1    Bauran Pemasaran.....	10
2.1.1.2    Pemasaran Digital .....	12
2.1.1.3    Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.1.4 <i>Tourist destination online content</i> .....	13

2.1.2	Perilaku Konsumen .....	14
2.1.3	<i>Online Content Satisfaction</i> .....	15
2.1.4	<i>Digital marketing interaction</i> .....	16
2.1.5	<i>Tourist Behavioral Intention</i> .....	16
2.1.6	Hubungan Antar Variabel .....	17
2.2	Penelitian Terdahulu .....	20
2.3	Kerangka Pemikiran .....	37
2.4	Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	44
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1	Operasional Variabel .....	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	51
3.3	Tahapan Penelitian.....	51
3.4	Populasi dan Sampel .....	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Pengumpulan Data .....	54
3.5.1	Pengumpulan Data Primer .....	54
3.5.2	Pengumpulan Data Sekunder .....	54
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
3.6.1	Uji Validitas.....	54
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	56
3.7	Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	57
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	59
3.7.3	<i>Partial Least Squares (PLS)</i> .....	59
3.7.4	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	60
3.7.5	Penilaian Model Struktural ( <i>Innr Model</i> ).....	61

3.7.6	Uji Hipotesis dan Signifikansi .....	62
<b>BAB IV</b>	.....	<b>63</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>63</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	63
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	63
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	65
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	65
4.2	Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	66
4.2.2	Analisis Stuctural Equation Model (SEM) .....	75
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	90
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	94
4.3.2	Pembahasan Pengaruh Tourist destination online content terhadap Online Content Satisfaction .....	99
4.3.3	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention .....	99
4.3.4	Pembahasan Pengaruh Tourist destination online content terhadap Digital marketing interaction .....	100
4.3.5	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention melalui <i>Online Content Satisfaction</i> .....	101
4.3.6	Pembahasan Pengaruh <i>Online Content Satisfaction</i> terhadap Tourist Behavioral Intention .....	102
4.3.7	Pembahasan Pengaruh <i>Digital marketing interaction</i> terhadap Tourist Behavioral Intention .....	102
4.3.8	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention melalui <i>Digital marketing interaction</i> .....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>104</b>
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran Praktis .....	106

5.3	Saran Teoritis.....	109
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>110</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>