

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.2 Pemasaran	11
2.1.3 Social Media Marketing.....	11

2.1.4 Destination Image	12
2.1.5 Intention to Visit.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.2.1 Penelitian Skripsi Terdahulu	14
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	17
2.2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	19
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.4.1 Hubungan Antara Social Media Marketing Dengan Destination Image.....	23
2.4.2 Hubungan Antara Social Media Marketing Dengan Intention to Visit.	23
2.4.3 Hubungan Antara Destination Image Dengan Intention to Visit.....	24
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	26
3.2.1 Variabel Operasional	26
3.2.2 Skala Pengukuran.....	29
3.3 Tahapan Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Data yang Diperlukan dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Data yang Diperlukan	33
3.5.2 Sumber Data.....	33
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	33

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	38
3.7.3 Analisis Partial Least Square (PLS).....	39
3.7.4 Analisis Outer Model	40
3.7.5 Analisis Inner Model.....	41
3.7.5 Uji Hipotesis.....	45
3.7.7 Uji Mediasi.....	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif	51
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Social Media Marketing.	51
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Destination Image.....	56
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Intention to Visit	60
4.2.2 Analisis SEM-PLS	61
4.2.2.1 Hasil Uji Pengukuran Model (Outer Model)	61
4.2.2.2 Hasil Uji Pengukuran Struktural Model (Inner Model).....	66
4.3 Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan	71
4.3.1 Pengaruh Social Media Marketing (X) terhadap Destination Image (Z).....	72

4.3.2 Pengaruh Social Media Marketing (X) terhadap Intention to visit (Y).....	73
4.3.3 Pengaruh Destination Image (Z) terhadap Intention to Visit (Y).....	74
4.3.4 Pengaruh Social Media Marketing terhadap (X) terhadap Intention to Visit (Y) melalui Destination Image (Z)	75
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Bagi Pengelola	76
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	84