

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Penelitian	16
2.1.1 Marketing	16
2.1.2 Digital Marketing	16
2.1.3 Social Media Marketing	17
2.1.4 Pilgrimage and Religious Tourism.....	20
2.1.5 Motivation dan Push & Pull Factors dalam Wisata.....	23

2.1.5.1	Konsep Disequilibrium dan Motivasi Wisata	30
2.1.5.2	Visit Intention dan Revisit Intention	34
2.1.5.3	Kaitan Antara Digital Marketing, Motivation, dan Tourist Behavior Intention	35
2.2	Penelitian Terdahulu	41
2.3	Kerangka Pemikiran	48
2.4	Hipotesis Penelitian	52
2.4.1	Hubungan antara Persepsi Tourist Destination Online Content (TDOC), Push Factors, dan Pull Factors dan Tourist Behavior Intention (TBI)	52
2.4.2	Hubungan antara Persepsi TDOC, Satisfaction, dan Tourist Behavior Intention (TBI)	56
2.4.3	Hubungan antara Persepsi TDOC, Digital Marketing Interaction dan Tourist Behavior Intention (TBI)	57
BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1.	Jenis Penelitian	59
3.2.	Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	60
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	61
3.2.3	Skala Pengukuran	68
3.3	Tahapan Penelitian	68
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	69
3.4.1	Populasi	69
3.4.1	Sampel	69
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	70
3.5.1	Sumber Data	70
3.5.2	Teknik Pengumpulan data	71
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	71
3.7	Teknik Analisa Data	72
3.7.1	Analisis Deskriptif	72
3.7.2	Structural Equation Modelling – Partial Least Square	73
3.7.3	Model Pengukuran (Outer Model)	74

3.7.4 Model Struktural Inner Model.....	75
3.7.5 Uji Hipotesis.....	77
3.7.6 Uji Hubungan Mediasi	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Karaktistik Responden	78
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Rentang Usia.....	78
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Umroh	82
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Waktu Aktif di Sosial Media	83
4.2. Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	85
4.2.2 Uji Outer Model	91
4.2.3 Uji Inner Model	98
4.2.4 Uji Hipotesis.....	100
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
4.3.1 Penyesuaian Indikator dalam Variabel Penelitian.....	104
4.3.2 Pembahasan Uji Hipotesis.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2. Saran Penelitian.....	125
5.2.1 Saran Praktis bagi PPIU	125
5.2.2 Saran Teoretis untuk Pengembangan Akademis	126
5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128