

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Keputusan Berkunjung	14
3. <i>Customer Value</i>	16

4. <i>Word Of Mouth</i>	23
5. <i>Trust</i> (Kepercayaan)	30
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Hubungan Antar Variabel.....	35
D. Kerangka Pemikiran	38
E. Hipotesis	39
BAB III. METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Obyek dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
E. Jenis Data Penelitian.....	43
F. Prosedur Pengambilan Data	43
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	44
H. Definisi Operasionalisasi Variabel	44
I. Pengukuran Variabel	46
J. Uji Instrumen Penelitian.....	48
K. Teknik Analisis Data	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Karakteristik Responden.....	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59

4. Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan	60
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	60
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Pertama dalam Kunjungan ke Pantai	61
B. Deskripsi Variabel Penelitian	62
1. Variabel <i>Customer Value</i>	62
2. Variabel <i>Word Of Mouth</i>	64
3. Variabel <i>Trust</i>	65
4. Variabel Keputusan Berkunjung	66
C. Hasil Analisis Regresi Berganda	67
D. Koefisien Determinasi	70
E. Pengujian Hipotesis	70
F. Pembahasan	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80