

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5 Tinjauan Pustaka .....	11
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	11
1.5.1.1 Pemasaran .....	11
1.5.1.1.1 Pengertian.....	11
1.5.1.1.2 Konsep Inti Pemasaran.....	12
1.5.1.1.2.1 <i>Perceived Value</i> .....	16

1.5.1.2 Pemasaran Pariwisata .....	20
1.5.1.2.1 Pengertian.....	20
1.5.1.2.2 Konsep Pemasaran Pariwisata.....	20
1.5.1.2.3 Bauran Pemasaran Yang Diperluas Untuk Jasa Pariwisata .....	20
1.5.1.2.4 Produk Pariwisata .....	23
1.5.1.2.5 Bauran Pemasaran Produk Pariwisata.....	23
1.5.1.2.6 <i>Attraction</i> .....	24
1.5.1.2.7 Fator-faktor Daya Tarik Wisata .....	25
1.5.1.2.8 <i>Destination Image</i> .....	25
1.5.1.3 Perilaku Konsumen.....	27
1.5.1.3.1 Pengertian.....	27
1.5.1.3.2 Model Perilaku Konsumen.....	28
1.5.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian .....	33
1.5.1.3.4 <i>Tourist Satisfaction</i> .....	35
1.5.1.3.5 <i>Destination Loyalty</i> .....	37
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	<b>39</b>
1.6 Hubungan Antar Variabel .....	63
1.7 Kerangka Pemikiran.....	66
1.8 Hipotesis .....	70
1.8.1 Tabel Ringkasan .....	67
1.9 Definisi Konsep dan Operasional .....	72
1.9.1 Definisi Konsep .....	72
1.9.2 Definisi Operasional.....	73
1.10 Metode Penelitian .....	76
1.10.1 Tipe Penelitian.....	76

1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	76
1.10.3 Lokasi Penelitian .....	76
1.10.4 Populasi dan Sampel.....	77
1.10.4.1 Populasi.....	77
1.10.4.2 Sampel .....	77
1.10.5 Teknik Sampling .....	79
1.10.6 Sumber Data .....	81
1.10.7 Teknik Pengumpulan Data .....	81
1.10.8 Teknik Pengukuran Data .....	81
1.10.9 Uji Instrumen Penelitian.....	82
1.10.9.1 Uji Validitas.....	82
1.10.9.2 Uji Reliabilitas .....	83
1.10.10 Teknik Analisis Data .....	83
1.10.10.1 Analisis Data Deskriptif .....	83
1.10.10.2 Analisis Data Inferensial.....	84
1.10.10.2.1 Asumsi Normalitas .....	84
1.10.10.2.2 Evaluasi Multivariate Outliner .....	84
1.10.10.2.3 Pengujian GOF ( <i>Goodness Of Fit</i> ) .....	85
1.10.11 Uji Hipotesis.....	87
1.10.11.1 Uji t (t-test) .....	87
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>89</b>
2.1 Sekilas Tentang Destinasi Wisata Kebun Teh Nglinggo .....	89
2.2 Fasilitas dan Daya Tarik yang ada di Kebun Teh Nglinggo .....	90
2.3 Data Kunjungan Desa Wisata Nglinggo .....	90
<b>BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL .....</b>	<b>92</b>

3.1 Uji Instrumen dan Data Penelitian .....	92
3.1.1 Uji Validitas .....	92
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	94
3.2 Karakteristik Responden .....	95
3.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	95
3.2.4 Berdasarkan Sumber Informasi Terkait Objek Wisata .....	96
3.2.5 Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	97
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	97
3.3.1 Variabel <i>Destination Image</i> .....	98
3.3.2 Variabel <i>Perceived Value</i> .....	107
3.3.3 Variabel <i>Tourist Satisfaction</i> .....	116
3.3.4 Variabel <i>Destination Loyalty</i> .....	124
3.4 Analisis Inferensial Variabel Penelitian.....	129
3.5 Pembahasan.....	144
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	149
4.1 Kesimpulan .....	150
4.2 Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA .....	153

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Volume Kunjungan Wisatawan Kabupaten Kulon Progo 2017 ....	4
Tabel 1.2 Beberapa Penelitian Terdahulu .....	48
Tabel 1.3 Tabel Ringkasan.....	71
Tabel 1.4 Tabel Referensi Indikator Penelitian.....	73
Tabel 1.5 Tabel Referensi Indikator Penelitian.....	74
Tabel 1.6 Tabel Referensi Indikator Penelitian.....	74
Tabel 1.7 Tabel Referensi Indikator Penelitian.....	75
Tabel 1.8 Tabel Kunjungan Observasi Awal .....	80
Tabel 1.9 Tabel <i>Goodness Of Fit Indices</i> .....	86
Tabel 2.1 Data Kunjungan Desa Wisata Nglinggo Tahun 2015 .....	90
Tabel 2.2 Data Kunjungan Desa Wisata Nglinggo Tahun 2016.....	91
Tabel 2.3 Data Kunjungan Desa Wisata Nglinggo Tahun 2017 .....	91
Tabel 3.1 Hasil uji validitas variabel <i>Destination Image</i> .....	93
Tabel 3.2 Hasil uji validitas variabel <i>Perceived Value</i> .....	93
Tabel 3.3 Hasil uji validitas variabel <i>Tourist Satisfaction</i> .....	93
Tabel 3.4 Hasil uji validitas variabel <i>Destination Loyalty</i> .....	94
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	94
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Darimana Informasi Didapatkan .....	96
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	97
Tabel 3.9 Masyarakat Kebun Teh Nglinggo Ramah Terhadap Wisatawan.....	99

Tabel 3.10 Masyarakat Kebun Teh Nglingsgo Membantu Wisatawan Yang Kesulitan Saat Berkunjung.....	100
Tabel 3.11 Kebun Teh Nglingsgo Memiliki Suasana Yang Tenang dan Damai...	101
Tabel 3.12 Kebun Teh Nglingsgo Memiliki Tempat-Tempat Yang Eksotis.....	102
Tabel 3.13 Kebun Teh Nglingsgo Merupakan Pegunungan Yang Indah .....	103
Tabel 3.14 Kebun Teh Nglingsgo Merupakan Tempat Yang Hebat Untuk Hiking Dan Piknik.....	104
Tabel 3.15 Kebun Teh Nglingsgo Memberikan Kesempatan Rekreasi Luar Ruangan.....	105
Tabel 3.16 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Destination Image</i> .....	106
Tabel 3.17 Pengelolaan Kebun Teh Nglingsgo Terorganisir Dengan Baik .....	107
Tabel 3.18 Harga Yang Dibayarkan Untuk Mengunjungi Kebun Teh Nglingsgo Cukup Murah .....	108
Tabel 3.19 Kebun Teh Nglingsgo Tempat Yang Menyenangkan .....	109
Tabel 3.20 Kebun Teh Nglingsgo Membuat Saya Gembira/Sukacita.....	110
Tabel 3.21 Kebun Teh Nglingsgo Membuat Saya Merasa Bahagia.....	111
Tabel 3.22 Saya Merasakan Petualangan Di Kebun Teh Nglingsgo.....	112
Tabel 3.23 Kebun Teh Nglingsgo Memuaskan Rasa Ingin Tahu Saya.....	113
Tabel 3.24 Saya Mendapatkan Pengalaman Autentik Di Kebun Teh Nglingsgo..	114
Tabel 3.25 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Perceived Value</i> .....	115
Tabel 3.26 Saya Benar-Benar Menikmati Kunjungan Ke Kebun Teh Nglingsgo	116
Tabel 3.27 Saya Puas Dengan Keputusan Saya Mengunjungi Kebun Teh Nglingsgo.....	117
Tabel 3.28 Saya Lebih Suka Kebun Teh Nglingsgo.....	118
Tabel 3.29 Saya Memiliki Perasaan Positif Mengenai Kebun Teh Nglingsgo .....	119

Tabel 3.30 Kunjungan Ke Kebun Teh Nglingga Merupakan Pengalaman Yang Saya Butuhkan .....	120
Tabel 3.31 Kujungan Ke Kebun Teh Nglingga Merupakan Kunjungan Yang Menyenangkan .....	121
Tabel 3.32 Kunjungan Ke Kebun Teh Nglingga Lebih Baik Dari Yang Diharapkan .....	122
Tabel 3.33 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Tourist Satisfaction</i> .....	123
Tabel 3.34 Saya Akan Mengatakan Pengalaman Yang Baik Dari Perjalanan Ke Kebun Teh Nglingga Kepada Orang Lain .....	125
Tabel 3.35 Saya Akan Merekomendasikan Ke Orang Lain Untuk Mengunjungi Kebun Teh Nglingga Dan Sekitarnya .....	126
Tabel 3.36 Saya Mengunjungi Kembali Kebun Teh Nglingga.....	127
Tabel 3.37 <i>Descriptive Statistics</i> Variabel <i>Destination Loyalty</i> .....	128
Tabel 3.38 Uji Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	130
Tabel 3.39 <i>Construct Reliability</i> .....	130
Tabel 3.40 Evaluasi Normalitas Data.....	133
Tabel 3.41 Evaluasi Mahalanobis Distance .....	134
Tabel 3.42 <i>Goodness Of Fit-Index</i> .....	135
Tabel 3.43 Uji Hipotesis .....	136
Tabel 3.44 Standarized Direct Effects .....	139
Tabel 3.45 Standarized Indirect Effects .....	139
Tabel 3.46 Standarized Total Effects .....	140

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Permasalahan Google Review.....	7
Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen.....	28
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	66
Gambar 1.4 Model Penelitian Terdahulu Yang Menjadi Referensi.....	68
Gambar 1.5 Model Penelitian Terdahulu Yang Menjadi Referensi.....	68
Gambar 1.6 Model Penelitian Terdahulu Yang Menjadi Referensi.....	68
Gambar 1.7 Model Penelitian Terdahulu Yang Menjadi Referensi.....	69
Gambar 1.8 Model Penelitian Terdahulu Yang Menjadi Referensi.....	69
Gambar 1.9 Model Penelitian .....	70
Gambar 1.10 Model Hipotesis .....	71
Gambar 1.11 Model Struktural .....	87
Gambar 3.1 <i>Ful Model Structural Equation Modeling</i> .....	136
Gambar 3.2 Model Hipotesis Teruji.....	144