

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Tinjauan Pustaka.....	14
1.5.1 Tinjauan Teoritik	14
1.5.1.1 Pemasaran	14
1.5.1.2 Pemasaran Pariwisata.....	18
1.5.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	26
1.5.1.4 <i>Word of mouth</i>	28

1.5.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	30
1.5.1.6 Perilaku Konsumen	31
1.5.1.7 <i>Motivation</i>	39
1.5.1.8 <i>Tourist Motivation</i>	41
1.5.1.9 <i>Satisfaction</i>	45
1.5.1.8 <i>Revisit Intention</i>	49
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	51
1.5.3 Pengaruh Antar Variabel	63
1.6 Kerangka Pemikiran	65
1.6.1 Hipotesis	70
1.6.2 Tabel Ringkasan	71
1.7 Definisi Konsep dan Operasional	72
1.7.1 Definisi Konsep	72
1.7.2 Definisi Operasional.....	73
1.8 Metode Penelitian	78
1.8.1 Tipe Penelitian.....	78
1.8.2 Ruang Lingkup	78
1.8.3 Lokasi Penelitian	78
1.8.4 Populasi dan Sampel.....	79
1.8.5 Teknik Sampling.....	81
1.8.6 Sumber Data	82
1.8.7 Teknik Pengumpulan Data	83
1.8.8 Teknik Pengukuran Data	83

1.8.9 Uji Instrumen Penelitian.....	84
1.8.9.1 Uji Validitas	84
1.8.9.2 Uji Reliabilitas	85
1.8.10 Teknik Analisis Data	85
1.8.10.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	85
1.8.10.2 Analisis Statistik <i>Inferensial</i>	86
1.8.10.3 Uji Hipotesis	90
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	91
2.1 Informasi Obyek Penelitian	91
2.2 Sejarah Obyek Penelitian.....	92
2.3 Fasilitas Obyek Penelitian	93
2.4 Struktur Organisasi Obyek Penelitian	94
2.4.1 Susunan Pengurus Kelompok Sadar Wisata.....	95
2.5 Program Kerja Organisasi Obyek Penelitian.....	96
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	97
3.1 Uji Instrumen Penelitian	97
3.1.1 Uji Validitas Instrumen	97
3.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	99
3.2 Karakteristik Responden.....	100
3.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	100
3.2.2 Berdasarkan Usia	101
3.2.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	102
3.2.4 Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	103

3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	103
3.3.1 Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	104
3.3.2 Variabel <i>Tourist Motivation</i>	115
3.3.3 Variabel <i>Satisfaction</i>	124
3.3.4 Variabel <i>Revisit Intention</i>	132
3.4 Analisis Statistik Inferensial	139
3.4.1 Analisis Structural Equation Model dengan AMOS	139
3.4.1.1 Uji Validitas	140
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	142
3.4.1.3 Evaluasi Normalitas Data.....	143
3.4.1.4 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	145
3.4.1.5 Uji Kelayakan Model <i>Goodness of Fit Indeks</i>	146
3.4.2 Uji Hipotesis	147
3.4.2.1 Uji t (<i>t-test</i>).....	148
3.5 Pembahasan	157
3.5.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	157
3.5.2 Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	159
3.5.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> ...	161
3.5.4 Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	163
3.5.5 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	165
3.5.6 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Satisfaction</i>	167

3.5.7 Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Satisfaction</i>	168
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	169
4.1 Kesimpulan	169
4.2 Saran	170
DAFTAR PUSTAKA	172

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tahun 2013- 2017	6
Tabel 1.2	Perkembangan Jumlah Wisatawan Seluruh Obyek Wisata Pantai DIY pada Tahun 2013- 2017.....	7
Tabel 1.3	Jumlah Wisatawan dari Setiap Obyek Wisata di Kabupaten Gunungkidul pada Tahun 2015-2017.....	8
Tabel 1.4	Pemetaan Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 1.5	Tabel Ringkasan Hubungan Antar Variabel	71
Tabel 1.6	Definisi Operasional <i>Electronic Word of Mouth</i>	73
Tabel 1.7	Definisi Operasional <i>Tourist Motivation</i>	75
Tabel 1.8	Definisi Operasional <i>Satisfaction</i>	76
Tabel 1.9	Definisi Operasional <i>Revisit Intention</i>	77
Tabel 1.10	Ukuran Skala <i>Likert</i>	83
Tabel 3.1	Uji Validitas Instrumen.....	98
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Instrumen	99
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	101
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	102
Tabel 3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	103
Tabel 3.7	Wisatawan Melihat Ulasan di Media Elektronik Sebelum Melakukan Kunjungan ke Pantai Krakal	105
Tabel 3.8	Wisatawan Mendapatkan Informasi dari Media Elektronik	

	Sebelum Melakukan Kunjungan ke Pantai Krakal	106
Tabel 3.9	Wisatawan Mendapatkan Rekomendasi dari Media Elektronik yang Berkaitan dengan Obyek Wisata Pantai Krakal	107
Tabel 3.10	Wisatawan Mendapatkan Informasi Mengenai Keunggulan Obyek Wisata Pantai Krakal Melalui Media Elektronik	108
Tabel 3.11	Untuk Memastikan Pantai Krakal Adalah Pilihan yang Tepat untuk Berwisata, Wisatawan Mencari Informasi Tentang Pantai Krakal Melalui Media Elektronik	109
Tabel 3.12	Melalui Media Elektronik, Wisatawan Mendapatkan Informasi Mengenai Pengalaman Positif dari Orang Lain Terhadap Pantai Krakal	110
Tabel 3.13	Wisatawan Merasakan Bahwa Media Elektronik Adalah Alat yang Efektif untuk Membantu Memilih Tempat Wisata	111
Tabel 3.14	Media Elektronik Memberikan Wisatawan Banyak Manfaat dalam Memilih Obyek Wisata Pantai Krakal	113
Tabel 3.15	Analisis Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	114
Tabel 3.16	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Mencari Kesenangan	116
Tabel 3.17	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Memperoleh Pemandangan Yang Indah.....	117
Tabel 3.18	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Melepas Penat dari Rutinitas Sehari-Hari.....	118
Tabel 3.19	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Istirahat	119

Tabel 3.20	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Relaksasi	120
Tabel 3.21	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Mencari Tempat Baru	120
Tabel 3.22	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal untuk Menambah Pengalaman	121
Tabel 3.23	Wisatawan Mengunjungi Pantai Krakal karena Sedikitnya Biaya yang Harus Dikeluarkan.....	122
Tabel 3.24	Analisis Deskriptif <i>Tourist Motivation</i>	123
Tabel 3.25	Wisatawan Puas Berwisata di Pantai Krakal.....	124
Tabel 3.26	Wisatawan Senang Mengunjungi Pantai Krakal.....	125
Tabel 3.27	Wisatawan Menikmati Kunjungannya ke Pantai Krakal	126
Tabel 3.28	Wisatawan Puas Melakukan Kunjungan ke Pantai Krakal Karena Informasi Yang Telah Didapatkan Melalui Media Elektronik.....	127
Tabel 3.29	Obyek Wisata Pantai Krakal Telah Sesuai Dengan Harapan Wisatawan	128
Tabel 3.30	Berwisata di Pantai Krakal Adalah Keputusan yang Tepat	129
Tabel 3.31	Perasaan Hati Wisatawan Membaik Setelah Berkunjung ke Pantai Krakal	130
Tabel 3.32	Analisis Deskriptif <i>Satisfaction</i>	131
Tabel 3.33	Wisatawan Berniat Akan Mengunjungi Kembali Pantai Krakal di Masa Mendatang	133
Tabel 3.34	Wisatawan Akan Mengunjungi Ulang Pantai Krakal Dimasa Mendatang Karena Telah Memenuhi Kebutuhannya	134

Tabel 3.35 Wisatawan Akan Lebih Sering Berkunjung ke Pantai Krakal	135
Tabel 3.36 Wisatawan Akan Kembali Mengunjungi Pantai Krakal Bersama Keluarga dan Teman-Teman.....	136
Tabel 3.37 Jika Semuanya Berjalan Dengan Keinginan Wisatawan, Wisatawan Akan Mengunjungi Lagi Pantai Krakal di Masa Mendatang.....	137
Tabel 3.38 Analisis Deskriptif <i>Revisit Intention</i>	138
Tabel 3.39 Uji Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	141
Tabel 3.40 <i>Construct Reliability</i>	143
Tabel 3.41 Evaluasi Normalitas Data.....	144
Tabel 3.42 Output <i>Mahalanobis Distance</i>	145
Tabel 3.43 <i>Goodness of Fit Indeks</i>	146
Tabel 3.44 Uji Hipotesis.....	148
Tabel 3.45 <i>Standardized Direct Effect</i>	151
Tabel 3.46 <i>Standardized Indirect Effect</i>	152
Tabel 3.47 <i>Standardized Total Effect</i>	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penerimaan Devisa dari Sektor-Sektor Utama dalam Perekonomian Indonesia pada Tahun 2015-2019	5
Gambar 1.2	Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 1.3	Proses Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 1.4	Kerangka Pemikiran	66
Gambar 1.5	Variabel Penelitian Terdahulu Prayogo <i>et al</i> (2016).....	67
Gambar 1.6	Variabel Penelitian Terdahulu Mandala dan Hudrasyah (2016) ...	68
Gambar 1.7	Variabel Penelitian Terdahulu Abubakar <i>et al</i> (2016)	68
Gambar 1.8	Variabel Penelitian Terdahulu Pratminingsih <i>et al</i> (2014).....	68
Gambar 1.9	Variabel Penelitian Terdahulu Wang <i>et al</i> (2014).....	69
Gambar 1.10	Model Penelitian.....	69
Gambar 1.11	Model Hipotesis.....	70
Gambar 1.12	Model Struktural AMOS	89
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Kelompok Sadar Wisata Mutiara Mas	94
Gambar 3.1	<i>Full Model Structural Equation Modeling</i>	147
Gambar 3.2	Model Hipotesis Teruji.....	156

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden
- Lampiran 3 Deskriptif Statistik Variabel
- Lampiran 4 Uji Validitas Penelitian
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas Penelitian
- Lampiran 6 Uji Normalitas Data
- Lampiran 7 Uji *Multivariate Outlier*
- Lampiran 8 Model *Fit* Penelitian
- Lampiran 9 Uji Hipotesis Penelitian
- Lampiran 10 Data Responden
- Lampiran 11 Variabel *Electronic Word of Mouth*
- Lampiran 12 Variabel *Tourist Motivation*
- Lampiran 13 Variabel *Satisfaction*
- Lampiran 14 Variabel *Revisit Intention*