

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>    1.2. Perumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>    1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>        1.3.1. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>        1.3.2. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>    1.4. Landasan Teori .....</b>	<b>9</b>
<b>        1.4.1. Kajian teori .....</b>	<b>9</b>
<b>            1.4.1.1. Perilaku Konsumen .....</b>	<b>9</b>
<b>            1.4.1.2. <i>Tourist Experience</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>            1.4.1.3. Satisfacton .....</b>	<b>23</b>
<b>            1.4.1.4. <i>Trust</i> .....</b>	<b>26</b>
<b>            1.4.1.5. <i>Revisit Intention</i> .....</b>	<b>29</b>
<b>        1.4.2. Kajian Empirik .....</b>	<b>31</b>
<b>    1.5. Hubungan Antar Variabel .....</b>	<b>42</b>

<b>1.6. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>43</b>
<b>1.7. Hipotesis .....</b>	<b>48</b>
<b>    1.7.1. Model Hipotesis .....</b>	<b>48</b>
<b>    1.7.2. Tabel Ringkasan .....</b>	<b>49</b>
<b>1.8. Definisi Konsep dan Operasional .....</b>	<b>49</b>
<b>    1.8.1. Definisi Konsep .....</b>	<b>49</b>
<b>    1.8.2. Definisi Operasional .....</b>	<b>50</b>
<b>1.9. Metode Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>    1.9.1. Tipe Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>    1.9.2. Ruang Lingkup .....</b>	<b>55</b>
<b>    1.9.3. Lokasi Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>    1.9.4. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>55</b>
<b>    1.9.5. Teknik Sampling .....</b>	<b>58</b>
<b>    1.9.6. Sumber Data .....</b>	<b>59</b>
<b>    1.9.7. Teknik Pengambilan Data .....</b>	<b>60</b>
<b>    1.9.8. Teknik Pengukuran Data .....</b>	<b>60</b>
<b>    1.9.9. Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>61</b>
<b>    1.9.10. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>62</b>
<b>    1.1.11. Uji Hipotesis .....</b>	<b>67</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>

<b>2.1. Profil Obyek Wisata .....</b>	<b>69</b>
<b>2.2. Lokasi dan Akses Ke Wisata Alam Posong.....</b>	<b>71</b>
<b>2.3. Jam Buka dan Harga Tiket Masuk Wisata Alam Posong .....</b>	<b>71</b>
<b>2.4. Fasilitas Obyek Wisata .....</b>	<b>72</b>
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1 Uji Instrumen dan Data Penelitian .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1.1 Uji Validitas .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>75</b>
<b>3.2 Karakteristik Responden.....</b>	<b>76</b>
<b>3.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>76</b>
<b>3.2.2 Berdasarkan Usia Responden .....</b>	<b>77</b>
<b>3.2.3 Berdasarkan Pekerjaan Responden .....</b>	<b>79</b>
<b>3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....</b>	<b>79</b>
<b>3.3.1 Variabel <i>Tourist Experience</i> .....</b>	<b>80</b>
<b>3.3.2 Variabel <i>Satisfaction</i> .....</b>	<b>89</b>
<b>3.3.3 Variabel <i>Trust</i> .....</b>	<b>100</b>
<b>3.3.4 Variabel <i>Revisit Intention</i> .....</b>	<b>109</b>
<b>3.4 Analisis Inferensial Penelitian .....</b>	<b>115</b>
<b>3.4.1. Analisis <i>Structural Equation Model</i> Dengan AMOS .....</b>	<b>115</b>
<b>1. Uji Validitas .....</b>	<b>115</b>

2. Uji Reliabilitas .....	117
3. Evaluasi Normalitas Data .....	119
4. Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i> .....	120
5. Uji Kelayakan <i>Model-Goodness Of Fit-Indeks</i> .....	121
3.4.2. Uji Hipotesis .....	123
3.5 Pembahasan .....	132
1. Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	132
2. Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Trust</i> .....	134
3. Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	135
4. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Trust</i> .....	136
5. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	137
6. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	139
7. Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Satisfaction</i> .....	140
8. Pengaruh <i>Tourist Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Trust</i> .....	141
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	143
4.1. Kesimpulan .....	143
4.2. Saran .....	144
DAFTAR PUSTAKA .....	146