

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ORISINALITAS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Kajian Pustaka	13
1.5.1 Kajian Teoritik.....	13
1.5.1.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.1.2 Pemasaran	25
1.5.1.2.1 Pengertian pemasaran.....	25
1.5.1.2.2 Konsep Inti Pemasaran	25
1.5.1.2.3 Bauran Pemasaran	30
1.5.1.3 Pemasaran Pariwisata.....	30
1.5.1.3.1 Pengertian Pariwisata	30
1.5.1.3.2 Pengertian Pemasaran.....	31
1.5.1.3.3 Pengertian Pemasaran Pariwisata	31
1.5.1.3.4 Psikologi Konsumen	35
1.5.1.3.5 <i>Memory</i>	35

1.5.1.4 <i>Memorable Tourism Experience</i> (Pengalaman wisata yang berkesan)	36
1.5.1.5 Perilaku Pasca Pembelian.....	40
1.5.1.6 <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	42
1.5.1.7 Perilaku Pasca Pembelian	44
1.5.1.7.1 Tindakan Pasca Pembelian	45
1.5.1.7.2 Komitmen	45
1.5.1.8 <i>Affective Commitment</i> (Komitmen afektif)	46
1.5.1.9 <i>Behavior Loyalty</i> (Perilaku Loyalitas)	47
1.5.2 Kajian Empirik.....	50
1.6 Hubungan Antar Variabel	99
1.7 Kerangka Pemikiran	103
1.8 Hipotesis	112
1.9 Definisi Konsep, Operasional dan Indikator	115
1.9.1 Definisi Konsep	115
1.9.2 Definisi Operasional	116
1.10 Metode Penelitian.....	125
1.10.1 Tipe Penelitian	125
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	125
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	125
1.10.4 Populasi dan Sampel.....	126
1.10.4.1 Populasi	126
1.10.4.2 Sampel.....	126
1.10.5 Teknik Sampling.....	130
1.10.6 Sumber Data	130
1.10.7 Teknik Pengumpulan Data.....	130
1.10.8 Teknik Pengukuran Data	131
1.10.9 Uji Validitas dan Reabilitas	132
1.10.9.1 Uji Validitas	132
1.10.9.2 Uji Reliabilitas	133
1.10.10 Teknik Analisis Data	134

1.10.10.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	134
1.10.10.2 Teknik Analisis Inferensial	134
1.10.10.2.1 SEM dengan AMOS.....	134
1.10.10. 3 Uji Hipotesis	140
1.10.10.3. 1 Uji t (t-tes)	140
1.10.10.3. 2 Uji Sobel.....	140
BAB II.....	142
GAMBARAN UMUM DAN OBYEK PENELITIAN.....	142
2.1 Profil Obyek Penelitian	142
BAB III	149
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	149
3.1 Uji Instrumen dan Data Penelitian	149
3.1.1 Uji Validitas.....	149
3.1.2 Uji Reliabilitas	151
3.2 Karakteristik Responden	152
3.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	153
3.2.2 Berdasarkan Usia Responden	153
3.2.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	155
3.2.4 Pekerjaan Responden.....	156
3.2.5 Berdasarkan Sumber Informasi terkait Objek Wisata	157
3.2.6 Berdasarkan Jumlah Kunjungan	158
3.2.7 Responden berdasarkan dengan siapa berkunjung	159
3.2.8 Responden berdasarkan tujuan berkunjung ke objek wisata	160
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	160
3.3.1 Variabel <i>Memorable tourism experience</i>	161
3.3.2 Variabel <i>Tourist satisfaction</i>	189
3.3.3 Variabel <i>Affective commitment</i>	196
3.3.4 Variabel <i>Behavior loyalty</i>	202
3.4 Analisis Inferensial Penelitian.....	207
3.4.1 Uji Hipotesis	216
3.4.1.1 Pengujian Variabel Mediasi	220

3.5 Pembahasan	225
3.4.1 Pengaruh <i>Memorable tourism experience</i> terhadap <i>Tourist satisfaction</i> 225	
3.4.2 Pengaruh <i>Memorable tourism experience</i> terhadap <i>Affective commitment</i>	227
3.4.4 Pengaruh <i>Tourist satisfaction</i> terhadap <i>Affective commitment</i>	230
3.4.5 Pengaruh <i>Tourist satisfaction</i> terhadap <i>Behavior loyalty</i>	232
3.4.6 Pengaruh <i>Affective commitment</i> terhadap <i>Behavior loyalty</i>	234
3.4.7 Pengaruh <i>Memorable Tourism Experience</i> terhadap <i>Affective Commitment</i> melalui <i>Tourist satisfaction</i>	235
3.4.8 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Behavior Loyalty</i> melalui <i>Affective Commitment</i>	236
3.4.9 Pengaruh <i>Memorable Tourism Experience</i> terhadap <i>Behavior Loyalty</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i>	237
3.4.10 Pengaruh <i>Memorable Tourism Experience</i> terhadap <i>Behavior Loyalty</i> melalui <i>Affective Commitment</i>	238
3.4 Kontribusi Penelitian	239
3.5.1 Kontribusi Teoritis Penelitian.....	239
3.5.2 Kontribusi Praktis Peneliti	241
BAB IV	242
KESIMPULAN DAN SARAN.....	242
4.1 Kesimpulan	242
4.2 Saran	243
DAFTAR PUSTAKA	248

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Alam di Purworejo.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Pantai Ketawang Tahun 2016-2020	5
Tabel 1.3 Ringkasan Kajian Empirik	66
Tabel 1.4 Tabel Ringkasan Pengaruh Antar Variabel.....	114
Tabel 1.5 Sumber Referensi Indikator Penelitian	116
Tabel 1.6 Sumber Referensi Indikator Penelitian	121
Tabel 1.7 Sumber Referensi Indikator Penelitian	123
Tabel 1.8 Sumber Referensi Indikator Penelitian	124
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas <i>Memorable Tourist Experience</i>	150
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas <i>Tourist Satisfaction</i>	150
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Affective Commitment</i>	150
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Behaviour Loyalty</i>	151
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	152
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	153
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	154
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	155
Tabel 3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	156
Tabel 3.10 Sumber Informasi terkait Objek Wisata.....	157
Tabel 3.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan.....	158
Tabel 3.12 Karakteristik Responden Berdasarkan dengan siapa berkunjung	159
Tabel 3.13 Karakteristik Responden Berdasarkan tujuan berkunjung.....	160
Tabel 3.14 Responden merasa sangat senang karena memiliki pengalaman baru ketika mengunjungi Pantai Ketawang	162
Tabel 3.15 Responden memuaskan diri sendiri saat menikmati liburan yang ditawarkan oleh Pantai Ketawang	163
Tabel 3.16 Responden sangat menikmati Pengalaman wisata di Pantai Ketawang	164
Tabel 3.17 Liburan responden di Pantai Ketawang sangat asik	165
Tabel 3.18 Responden mendapat kesan yang baik atas masyarakat di sekitar Pantai Ketawang	167

Tabel 3.19 Masyarakat di sekitar Pantai Ketawang sangat ramah.....	168
Tabel 3.20 Liburan responden di Pantai Ketawang adalah pengalaman yang unik.....	169
Tabel 3.21 Liburan responden di Pantai Ketawang berbeda dari pengalaman sebelumnya.....	170
Tabel 3.22 Responden menikmati rasa bebas selama liburan di Pantai Ketawang.....	172
Tabel 3.23 Liburan responden di Pantai Ketawang menjadi lebih segar.....	173
Tabel 3.24 Responden merasakan penyegaran selama liburan di Pantai Ketawang.....	174
Tabel 3.25 Saat berlibur di Pantai Ketawang, responden merasa bahwa Pantai Ketawang merupakan tempat yang benar-benar ingin di kunjungi.....	175
Tabel 3.26 Responden menikmati hal yang benar-benar ingin di lakukan selama liburan di Pantai Ketawang.....	177
Tabel 3.27 Responden tertarik dengan keindahan pantai dari pengalaman pariwisata baru-baru ini di Pantai Ketawang.....	179
Tabel 3.28 Liburan responden di Pantai Ketawang cukup memperoleh hal-hal baru.....	179
Tabel 3.29 Responden merasa bahwa memperoleh banyak pengetahuan selama liburan di Pantai Ketawang.....	180
Tabel 3.30 Responden merasa bahwa melakukan sesuatu yang berarti saat berlibur di Pantai Ketawang.....	182
Tabel 3.31 Responden merasa bahwa melakukan sesuatu yang penting saat berlibur di Pantai Ketawang.....	183
Tabel 3.32 Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor pada Variabel Memorable tourism experience.....	185
Tabel 3.33 Responden menikmati perjalanan terakhir di Pantai Ketawang.....	189
Tabel 3.34 Responden merasa pilihan untuk berkunjung ke Pantai Ketawang adalah pilihan yang bijaksana.....	190
Tabel 3.35 Secara keseluruhan, responden puas dengan keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata Pantai Ketawang.....	192
Tabel 3.36 Mengunjungi Pantai Ketawang ini persis seperti yang responden butuhkan.....	193
Tabel 3.37 Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor pada Variabel tourist satisfaction.....	194

Tabel 3.38 Responden merasa bahwa terikat secara emosional pada destinasi wisata Pantai Ketawang.	196
Tabel 3.39 Responden mempunyai memiliki pada destinasi wisata Pantai Ketawang	198
Tabel 3.40 meski masih banyak destinasi liburan lainnya, responden tetap ingin mengunjungi Pantai Ketawang.....	199
Tabel 3.41 Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor pada Variabel affective commitment.....	200
Tabel 3.42 Responden akan menceritakan pengalaman baik saat berkunjung ke Pantai Ketawang ke orang lain	202
Tabel 3.43 Responden akan merekomendasikan Pantai Ketawang ini kepada orang lain	203
Tabel 3.44 Responden akan mengunjungi Pantai Ketawang kembali dikemudian hari	205
Tabel 3.45 Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor pada Variabel behavior loyalty.....	206
Tabel 3.46 Uji Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	209
Tabel 3.47 <i>Construct Reliability</i>	211
Tabel 3.48 Evaluasi Normalitas Data	212
Tabel 3.49 <i>Output Mahalanobis Distance</i>	214
Tabel 3.50 <i>Goodness of Fit Index</i>	215
Tabel 3.51 Uji Kausalitas	216
Tabel 3.52 Hasil pengujian Variabel Mediasi	220

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Google Review	7
Gambar 1.2 Ulasan Google Review	7
Gambar 1.3 Ulasan Google Review	8
Gambar 1.4 Ulasan Google Review	8
Gambar 1.5 Ulasan Google Review	8
Gambar 1.6 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 1.7 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 1.8 Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 1.9 Model Kerangka Pemikiran	105
Gambar 1.10 Model Penelitian Zhong, <i>et. al.</i> , 2017	106
Gambar 1.11 Model Penelitian Kim 2017	106
Gambar 1.12 Model Penelitian Lee, <i>et. al.</i> , 2011	107
Gambar 1.13 Model Penelitian Thoo, <i>et. al.</i> , 2019	107
Gambar 1.14 Model Penelitian Maharani Putri <i>et. al.</i> , 2021.....	108
Gambar 1.15 Model Penelitian Azhar, <i>et. al.</i> , 2019.....	108
Gambar 1.16 Model Penelitian Ardyan dan Wibisono 2019	109
Gambar 1.17 Model Penelitian Lai 2014	109
Gambar 1.18 Model Penelitian Wu, <i>et. al.</i> , 2012.....	110
Gambar 1.19 Model Penelitian Iglesias <i>et. al.</i> , 2019	110
Gambar 1.20 Model Rather, <i>et. al.</i> , 2019.....	111
Gambar 1.21 Model Penelitian	112
Gambar 1.22 Model Hipotesis	113
Gambar 2.1 Bagan Struktur Pengelola Pantai Ketawang.....	148
Gambar 3.1 <i>Full Model Structural Equation Modeling</i>	215
Gambar 3.2 Model Keseluruhan	224