

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.	v
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian.....	24
D. Manfaat Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
A. Landasan Teori.....	26
1. Minat berkunjung kembali	26
2. Daya Tarik Obyek Wisata.....	28
3. Digital Marketing	32
4. Kepuasan Pelanggan/ Kepuasan Wisatawan.....	35
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pemikiran	48
1. Pengaruh daya tarik objek wisata terhadap kepuasan wisatawan	49
2. Pengaruh digital marketing terhadap kepuasan wisatawan...	49
3. Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung	50
ulang	50
4. Pengaruh daya tarik objek wisata terhadap minat	51
berkunjung ulang	51
5. Pengaruh digital marketing terhadap minat berkunjung	52
kembali yang dimediasi kepuasan wisatawan	52
D. Hipotesis	53

BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Rancangan Penelitian	54
B. Obyek Penelitian	54
C. Populasi dan Teknik Sampling.	55
D. Jenis Data	56
E. Prosedur Pengambilan Data.....	56
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	57
G. Operasionalisasi Variabel	58
H. Uji Instrumen	59
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas.....	61
3. Analisis Faktor	61
I. Teknik Analisis Data	63
1. Analisis Deskriptif.....	63
2. Analisis <i>Patial Least Square</i> (PLS).....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Hasil Penelitian.....	66
1. Deskripsi responden.....	66
2. Variabel Penelitian.....	68
3. Analisis Kuantitatif	76
B. Pembahasan.....	90
1. Daya tarik obyek wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Tinalah, Kabupaten Kulonprogo.....	90
2. Digital marketing berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Tinalah, Kabupaten Kulonprogo	91
3. Kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Desa Wisata Tinalah, Kabupaten Kulonprogo	91

4. Daya tarik obyek wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Desa Wisata Tinalah, Kabupaten Kulonprogo yang dimediasi kepuasan wisatawan.....	92
5. Digital marketing berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Desa Wisata Tinalah, Kabupaten Kulonprogo yang dimediasi kepuasan wisatawan	94
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran-saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kinerja pariwisata DIY tahun 2023.....	.5
Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten/ Kota pada Tahun 2020 – 2023.....	6
Tabel 1.3. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten/ Kota pada Tahun 2021-2023	8
Tabel 1.4. Jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tinalah tahun 2023...	10
Tabel 1.5. Jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tinalah	18
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Kriteria Penilaian PLS	65
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	69
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Daya Tarik Obyek Wisata.....	70
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Digital Marketing.....	72
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Wisatawan.....	74
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	75
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Convergent Validity (Outer Loading)</i>	77
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	78
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	80
Tabel 4.10 Hasil Output Uji <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	81
Tabel 4.11. Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengaruh Langsung.....	85
Tabel 4.12. Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Daya Tarik Obyek Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali.	87
Tabel 4.13 Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Digital marketing terhadap Minat Berkunjung Kembali	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Digital Desa Wisata Tinalah.....	19
Gambar 1.2. Aktivitas Wisata di Desa Wisata Tinalah	20
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Kelompok Responden Menurut Jenis Kelamin	67
Gambar 4.2 Kelompok Responden Menurut Pekerjaan.....	67
Gambar 4.3 Jawaban Variabel Daya Tarik Obyek Wisata.....	69
Gambar 4.4 Jawaban Variabel Digital Marketing.	71
Gambar 4.5 Jawaban Variabel Kepuasan Wisatawan.....	73
Gambar 4.6 Jawaban Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	75
Gambar 4.7 Model PLS-Alogaritm Minat Berkunjung Kembali	82
Gambar 4.8 Hasil Koefisien Jalur.	83