

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	19
D. Manfaat Penelitian .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>22</b>
1. Landasan Teori.....	22
1. <i>Theory of Planned Behaviour</i> .....	22
2. <i>Visit Intention</i> .....	26
3. <i>Attitude</i> .....	29
4. <i>Destination Attractiveness</i> .....	31
5. <i>Social Media Marketing</i> .....	34
2. Penelitian Terdahulu .....	37
3. Hubungan Antar Variabel .....	45
1. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	45
2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	45
3. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	46
4. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	47
5. Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Visit Intention</i> .....	49
6. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Visit Intention</i> Melalui <i>Attitude</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	49

7. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Visit Intention</i> Melalui <i>Attitude</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	50
4. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	51
5. Hipotesis.....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Rancangan Penelitian .....	57
B. Populasi.....	58
C. Sampel dan Teknik Sampling .....	58
1. Sampel .....	58
2. Sampel Penelitian & Teknik Sampling .....	59
3. Besaran Sampel .....	60
D. Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data.....	62
1. Jenis Data .....	62
2. Prosedur Pengambilan Data .....	63
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	63
1. Variabel Independen (X) .....	63
2. Variabel Dependen (Y) .....	64
3. Variabel <i>Intervening</i> (Z).....	64
F. Definisi Operasional Variabel.....	65
G. Skala Pengukuran Variabel .....	66
H. Uji Instrumen .....	67
1. Uji Validitas .....	68
2. Uji Reliabilitas.....	72
I. Teknik Analisis Data.....	73
1. Analisis Deskriptif.....	73
2. Analisis Kuantitatif.....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>79</b>
A. Analisis Deskriptif .....	79
1. Analisis Deskriptif Responden .....	79
2. Analisis Deskriptif Variabel .....	87
B. Analisis Kuantitatif .....	95
1. <i>Outer Model</i> .....	97
2. <i>Inner Model</i> .....	100

3. Hasil Uji Hipotesis .....	102
C. Pembahasan.....	110
1. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Attitude (H1)</i> .....	110
2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Attitude (H2)</i> .....	112
3. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Visit Intention (H3)</i> ....	114
4. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Visit Intention (H4)</i> .....	116
5. Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Visit Intention (H5)</i> .....	119
6. Pengaruh <i>Destination Attractiveness</i> terhadap <i>Visit Intention</i> melalui <i>Attitude (H6)</i> .....	120
7. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap terhadap <i>Visit Intention</i> melalui <i>Attitude (H7)</i> .....	122
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>125</b>
A. Kesimpulan .....	125
B. Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>145</b>