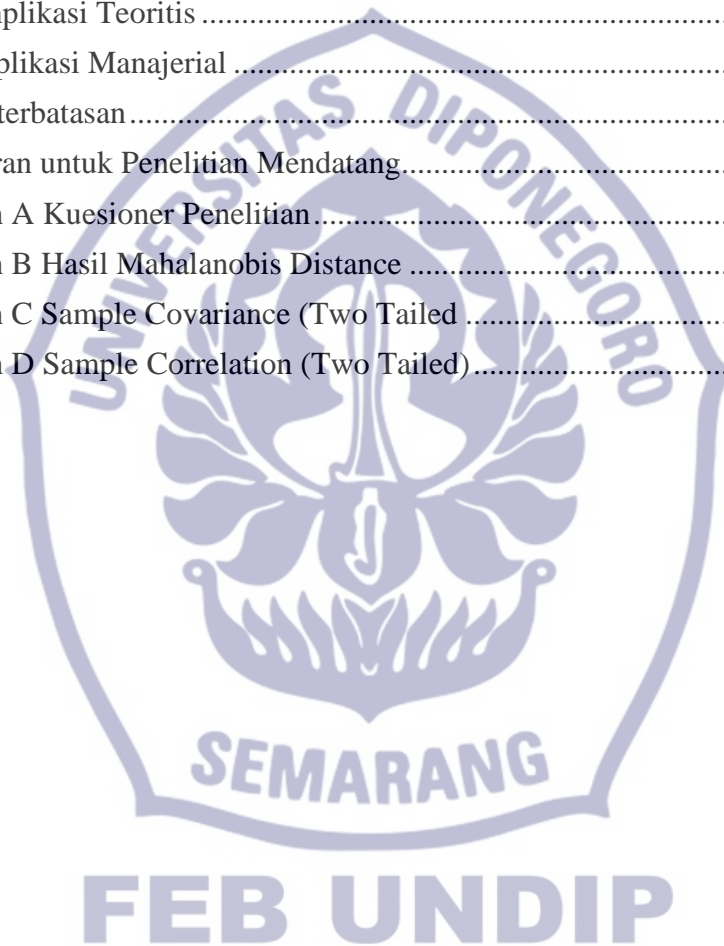


## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Pengantar .....	1
1.2 Problematisasi .....	3
1.2.1 Kesenjangan Penelitian .....	3
1.2.2 Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Metodologi .....	8
1.5 Konteks Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II.....	13
TELAAH PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Service Dominant Logic (S-D Logic).....	13
2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	16
2.2.1 Pengalaman Wisata yang Berkesan ( <i>Memorable Tourism Experience</i> ) .....	16
2.2.2 Kesesuaian Nilai ( <i>Value Congruity</i> ) .....	20
2.2.3 Advokasi Destinasi ( <i>Destination Advocacy</i> ).....	23
2.2.4 Niat Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	26
2.3 Model Penelitian Empirik .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Pengantar.....	36

3.2	Pertanyaan Penelitian dan Hipotesis .....	37
3.3	Desain Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.4.1	Populasi .....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5	Prosedur Pengumpulan Data .....	42
3.5.1	Kuesioner .....	42
3.5.2	Studi Kepustakaan.....	43
3.6	Instrumen Penelitian.....	43
3.7	Proses Analisis Data.....	49
3.7.1	Analisis Univariat.....	50
3.7.2	Analisis Multivariat.....	50
3.7.3	Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan .....	51
3.7.4	Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural .....	52
3.7.5	Mengevaluasi atau Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i> .....	53
3.7.6	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	56
3.8	Etika Penelitian .....	56
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>		<b>59</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Deskripsi Umum Responden .....	60
4.1.2.1	Penggolangan Responden Berdasarkan Data Identitas .....	61
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden .....	66
4.2	Analisis SEM .....	70
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	70
4.2.2	Uji Struktural.....	82
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	89
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	92
4.3	Interpretasi Hasil .....	94
4.3.1	Pengaruh Memorable Tourism Experience terhadap Value Congruity .....	94
4.3.2	Pengaruh Value Congruity terhadap Destination Advocacy .....	95
4.3.3	Pengaruh Value Congruity terhadap Revisit Intention .....	95

4.3.4 Pengaruh Destination Advocacy terhadap Revisit Intention .....	96
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Pendahuluan .....	98
5.2 Ringkasan Penelitian .....	98
5.3 Kesimpulan atas Masing-Masing Hipotesis.....	99
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	101
5.2. Implikasi Teoritis .....	103
5.3 Implikasi Manajerial .....	104
5.4 Keterbatasan .....	106
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	106
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran B Hasil Mahalanobis Distance .....	117
Lampiran C Sample Covariance (Two Tailed) .....	120
Lampiran D Sample Correlation (Two Tailed).....	120



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap .....	3
Tabel 2.1 Dimensionalisasi Konsep .....	33
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Provinsi Domisili.....	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Profesi.....	62
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Sifat Kunjungan.....	64
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	64
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Terakhir Berkunjung .....	65
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....	65
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Transportasi .....	66
Tabel 4.11 Angka Indeks Responden Terhadap <i>Memorable Tourism Experience</i> .....	67
Tabel 4.12 Angka Indeks Responden Terhadap <i>Value Congruity</i> .....	68
Tabel 4.13 Angka Indeks Responden Terhadap <i>Destination Advocacy</i> .....	69
Tabel 4.14 Angka Indeks Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	69
Tabel 4.15 Goodness of Fit Konstruk Variabel Eksogen.....	72
Tabel 4.16 Kriteria Normalitas Data.....	72
Tabel 4.17 Regression Weight CFA Eksogen.....	73
Tabel 4.18 Goodness of Fit Konstruk Variabel Eksogen (revisi) .....	74
Tabel 4.19 Kriteria Normalitas Data (revisi) .....	75
Tabel 4.20 Regression Weight CFA Eksogen (revisi).....	75
Tabel 4.21 Goodness of Fit Konstruk Variabel Endogen .....	77
Tabel 4.22 Kriteria Normalitas Data Variabel Endogen.....	78
Tabel 4.23 Regression Weight CFA Endogen .....	79
Tabel 4.24 Goodness of Fit Konstruk Variabel Eksogen (revisi) .....	81
Tabel 4.25 Regression Weight CFA Endogen (revisi).....	81
Tabel 4.26 Goodness of Fit Model.....	83
Tabel 4.27 Standard Regression Weight (two tailed) .....	84
Tabel 4.28 Kriteria Normalitas Data.....	85
Tabel 4.29 Uji Validitas Konvergen .....	87
Tabel 4.30 Uji Construct Reliability dan Variance Extracted.....	88
Tabel 4.31 Standardized Regression Weight & Regression Weight Full Model...90	

Tabel 4.32 Standardized Direct Effect (Two Tailed).....	92
Tabel 4.33 Standardized Indirect Effect (Two Tailed) .....	93
Tabel 4.33 Standardized Total Effect (Two Tailed) .....	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Memorable Tourism Experience.....	18
Gambar 2.2 Elemen <i>Value Congruity</i> .....	21
Gambar 2.3 Elemen <i>Destination Advoacacy</i> .....	25
Gambar 2.4 Elemen <i>Revisit Intention</i> .....	28
Gambar 2.5 Model Penelitian Empirik .....	32
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Hasil CFA Konstruk Eksogen .....	71
Gambar 4.2 Hasil CFA Konstruk Eksogen (revisi) .....	74
Gambar 4.3 Hasil CFA Konstruk Endogen .....	77
Gambar 4.4 Hasil CFA Konstruk Endogen (revisi).....	80
Gambar 4.5 Model Penelitian .....	83
Gambar 5.1 Skema Masalah Penelitian .....	102

