

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Research Gap	8
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan penelitian	14
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Tujuan Penelitian	14
1.5.2 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	17
2.1.2 Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R).....	18
2.2 Pengertian Variabel	20
2.2.1 User-Generated Content.....	20
2.2.2 City Attractiveness	21
2.2.3 Event Quality	22
2.2.4 Destination Image	23
2.2.5 Tourism Satisfaction	24
2.2.6 Visit Intention.....	24

2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 User-Generated Content <i>terhadap</i> Destination Image.....	25
2.3.2 Pengaruh City Attractiveness Terhadap Destination Image.....	30
2.3.3 Pengaruh Event Quality terhadap Destination Image.....	35
2.3.4 <i>Pengaruh</i> City attractiveness <i>terhadap</i> Tourism Satisfaction.....	39
2.3.5 <i>Pengaruh</i> Event Quality terhadap Tourism Satisfaction.....	43
2.3.6 <i>Pengaruh</i> Destination Image <i>terhadap</i> Tourism Satisfaction.....	47
2.3.7 <i>Pengaruh</i> Destination Image Terhadap Visit Intention.....	51
2.3.8 <i>Pengaruh</i> Tourism Satisfaction <i>terhadap</i> Visit Intention	55
2.4 Kerangka Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	60
3.1.1 Variabel Independent (<i>Penjelas</i>)	60
3.1.2 Variabel Mediasi (Intervening)	60
3.1.3 Variabel Dependent (Output)	61
3.2 Populasi dan Sampel	63
3.2.1 Populasi.....	63
3.2.2 Sampel.....	64
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.3.1 Jenis Data	64
3.3.2 Sumber Data.....	65
3.4 Metode Pengumpulan Data	66
3.4.1 Kuesioner	66
3.4.2 Studi Kepustakaan	67
3.4.3 Metode Analisis	67
3.4.4 Uji Kelayakan Kuesioner.....	68
3.4.5 Uji Validitas	69
3.4.6 Uji Reliabilitas	70
3.4.7 Distribusi Frekuensi Pertanyaan Terbuka	71
3.4.8 <i>Variabel</i> User-Generated Content	72
3.4.9 <i>Variabel</i> City Attractiveness	73
3.4.10 <i>Variabel</i> Event Quality.....	74
3.4.11 Variabel Destination Image	76

3.4.12 <i>Variabel</i> Tourism Satisfaction	77
3.4.13 <i>Variabel</i> Visit Intention	78
3.5 Analisis Univariat.....	79
3.6 Analisis Multivariat.....	79
3.7 Prosedur Pemodelan <i>Structural Equation Modeling</i>	80
3.7.1 Pengembangan Model Teoritis.....	80
3.7.2 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	80
3.7.3 Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural.....	81
3.7.4 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	82
3.7.5 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	89
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	89
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	89
4.2 Deskripsi Umum Responden	90
4.2.1 Kategorisasi Responden Berdasarkan Profil Identitas	90
4.3 Analisis Jawaban Responden	92
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban User-Generated Content	94
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban <i>City Attractiveness</i>	96
4.3.3 Analisis Indeks Jawaban <i>Event Quality</i>	98
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban <i>Destination Image</i>	100
4.3.5 Analisis Indeks Jawaban Tourism Satisfaction	102
4.3.6 Analisis Indeks Jawaban <i>Visit Intention</i>	104
4.4 Penilaian Asumsi yang Digunakan dalam SEM	106
4.4.1 Ukuran Sampel.....	106
4.4.2 Evaluasi atas <i>Outliers</i>	107
4.4.3 Normalitas Data	109
4.4.4 Evaluasi atas Multicollinearity	111
4.4.5 Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis).....	112
4.4.6 CFA Variabel Eksogen	113
4.4.7 CFA Variabel Endogen.....	116
4.5 Uji Struktural.....	119
4.6 Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	126
4.7 Interpretasi Hasil	129
4.7.1 Pengaruh <i>User-Generated Content</i> terhadap <i>Destination Image</i>	129

4.7.2 Pengaruh City Attractiveness terhadap Destination Image.....	130
4.7.3 Pengaruh Event Quality terhadap Destination Image.....	131
4.7.4 Pengaruh City Attractiveness terhadap Tourism Satisfaction	132
4.7.5 Pengaruh Event Quality terhadap Tourism Satisfaction	133
4.7.6 Pengaruh Destination Image terhadap Tourism Satisfaction	133
4.7.7 Pengaruh Destination Image terhadap Visit Intention	134
4.7.8 Pengaruh Tourism Satisfaction terhadap Visit Intention.....	135
BAB V PENUTUP.....	137
5.1 Simpulan	137
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	137
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	140
5.2 Implikasi Penelitian.....	142
5.2.1 Implikasi Teoritis	142
5.2.2 Implikasi Manajerial	144
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	144
5.4 Saran Penelitian.....	146
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN A	155
Kuesioner Penelitian	155
Bagian Pertama	156
Bagian Kedua	156
LAMPIRAN B	161
Mahalanobis Distance	161
LAMPIRAN C	166
Hasil Output AMOS: <i>Sample Moments</i>	166
LAMPIRAN D.....	168
<i>Standardized Residual Covariances</i>	168