

## DAFTAR ISI

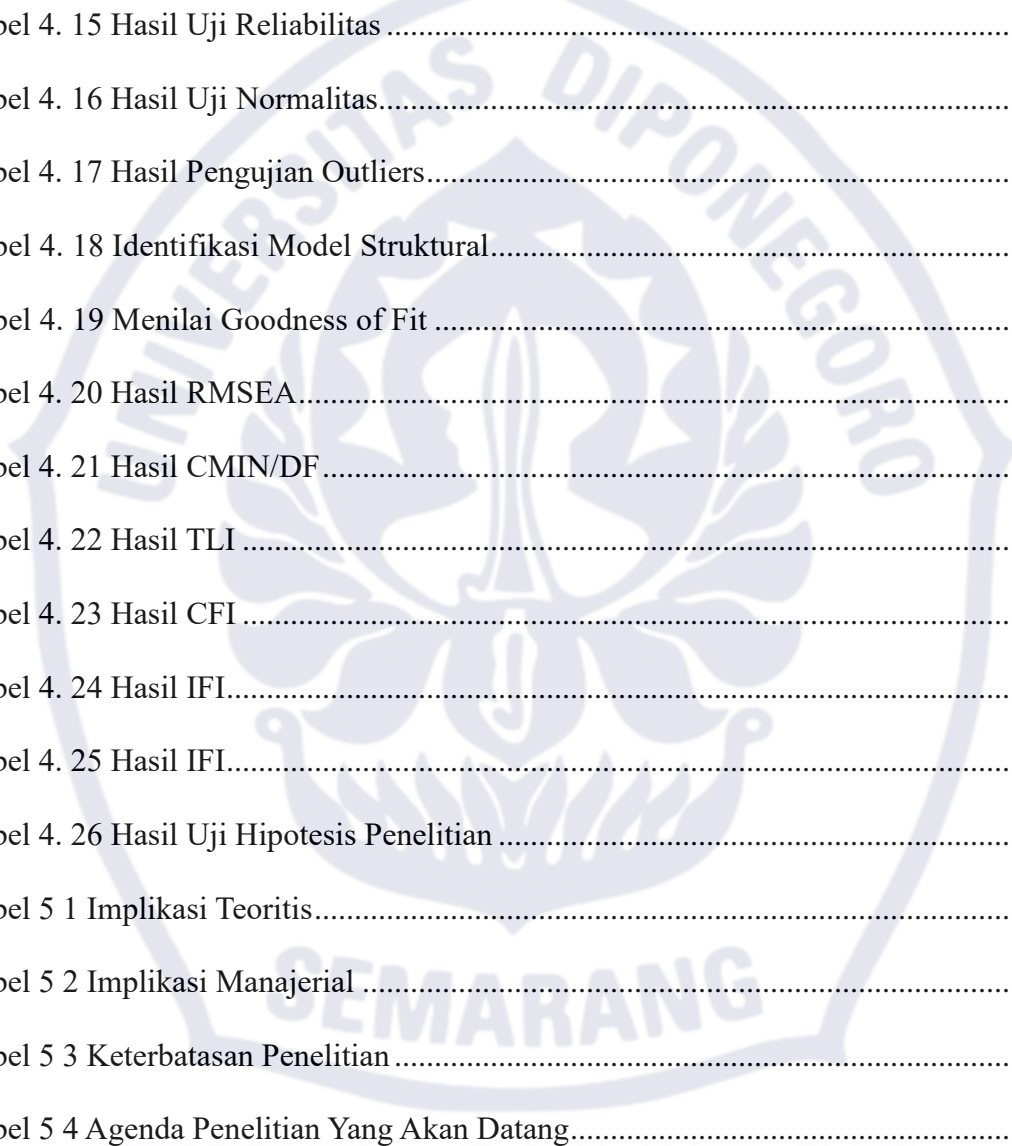
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Pengantar .....	1
1.2    Problematika Penelitian.....	3
1.2.1    Kesenjangan Penelitian.....	5
1.2.2    Masalah Penelitian.....	13
1.3    Tujuan Penelitian .....	15
1.4    Metodologi Penelitian.....	17
1.5    Konteks Penelitian.....	18
1.6    Sistematika Tesis.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1    Teori Landasan.....	24
2.2    Pengembangan Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	27
2.2.1    Celebrity Endorser .....	27
2.2.2    Follower Stickiness.....	31
2.2.3    Destination Image .....	37
2.2.4    e-WOM .....	44
2.3    Model Penelitian Empirik.....	49
2.4    Dimensional Konsep.....	51

BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1    Pengantar .....	59
3.3    Design Penelitian .....	62
3.4    Populasi dan Sample.....	63
3.4.1    Populasi.....	63
3.4.2    Sample .....	64
3.5    Prosedur Pengumpulan Data.....	64
3.5.1    Kuesioner .....	65
3.5.2    Studi Kepustakaan .....	66
3.6    Instrumen Penelitian .....	67
3.7    Proses Analisis Data.....	72
3.7.1    Pengembangan Model Berbasis Teori .....	74
3.7.2    Pengembangan diagram jalur ( <i>Path Diagram</i> ).....	75
3.7.5    Mengevaluasi/menilai kriteria Goodness-of-Fit .....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	81
4.1    Identitas Responden .....	84
4.1.1    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.1.2    Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
4.1.3    Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	87
4.1.4    Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	88
4.1.5    Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	89
4.1.6    Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Kpop.....	89
4.2    Deskriptif Hasil penelitian .....	90
4.2.1    Tanggapan Responden Terhadap Variabel Celebrity Endorser.....	92
4.2.2    Tanggapan Responden Terhadap Variabel Followers Stickiness.....	97
4.2.3    Tanggapan Responden Terhadap Variabel Destination Image.....	101
4.2.4    Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word of Mouth (e-WOM) ...	106
4.2.5    Tanggapan Responden Terhadap Variabel Intention to Visit .....	111

4.3 Analisis Structural Equation Model (SEM) .....	116
4.3.1 Penggunaan Skala dan Referensi Untuk Mengembangkan Sebuah Konstruk.....	117
4.3.2 Uji Validitas .....	125
4.3.3 Uji Reliability .....	127
4.3.4 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	128
4.4 Uji Hipotesis.....	147
4.5 Pembahasan.....	152
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....</b>	<b>155</b>
5.1 Ringkasan Penelitian.....	155
5.2 Kesimpulan .....	156
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis.....	156
5.2.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	158
5.3 Implikasi.....	160
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	160
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	163
5.4 Penelitian Yang Akan Datang.....	166
5.4.1 Keterbatasan Penelitian .....	166
5.4.2 Agenda Penulisan Yang Akan Datang .....	168
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>171</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>184</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	184

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap Yang Memiliki Hasil Signifikan .....	5
Tabel 1.2 Research Gap yang memiliki hasil tidak signifikan.....	8
Tabel 2.1 Dimensionalisasi Konsep .....	52
Tabel 3.1 Elemen Pengukur Dalam Tiap Variabel .....	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Mengikuti Media Sosial KTO (Korea Tourism Organization) .....	85
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	86
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	87
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	88
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	89
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Kpop .....	89
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Celebrity Endorser .....	92
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Followers Stickiness .....	97
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Destination Image .....	101
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word of Mouth (e-WOM).....	106
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Intention to Visit.....	111
Tabel 4.13 Skala dan Referensi .....	117
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas .....	125



Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas .....	128
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas.....	132
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Outliers.....	135
Tabel 4. 18 Identifikasi Model Struktural.....	141
Tabel 4. 19 Menilai Goodness of Fit .....	142
Tabel 4. 20 Hasil RMSEA.....	143
Tabel 4. 21 Hasil CMIN/DF.....	143
Tabel 4. 22 Hasil TLI .....	144
Tabel 4. 23 Hasil CFI .....	145
Tabel 4. 24 Hasil IFI.....	146
Tabel 4. 25 Hasil IFI.....	147
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	148
Tabel 5 1 Implikasi Teoritis.....	161
Tabel 5 2 Implikasi Manajerial .....	164
Tabel 5 3 Keterbatasan Penelitian .....	167
Tabel 5 4 Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	168

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Campaign KTO with BTS Your Seoul Goes On 2021 .....	19
Gambar 1. 2 Korea releases tourism promotional videos featuring BTS members 2022 .....	21
Gambar 2. 1 Elemen Celebrity Endorser.....	29
Gambar 2. 2 Elemen Follower Stickiness.....	34
Gambar 2. 3 Elemen Destination Image .....	40
Gambar 2. 4 Elemen e-WOM .....	47
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 4. 1 Persamaan Struktural.....	130
Gambar 4. 2 Nilai Batas Mahalanobis Distance .....	134

SEMARANG  
FEB UNDIP