

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Expectancy Theory</i>	17
2.1.2 <i>Cognitive Image</i>	19
2.1.3 <i>Affective Image</i>	20
2.1.4 <i>Unique Image</i>	21
2.1.5 Keputusan Berkunjung.....	22
2.1.6 Minat Kunjungan	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	24
2.2.1 Hubungan <i>Cognitive Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	24

2.2.2	Hubungan <i>Cognitive Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Kunjungan	25
2.2.3	Hubungan <i>Affective Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung	26
2.2.4	Hubungan <i>Affective Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Kunjungan	27
2.2.5	Hubungan <i>Unique Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	28
2.2.6	Hubungan <i>Unique Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Kunjungan	29
2.2.7	Hubungan Antara Minat Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung 30	
2.3	Penelitian Terdahulu.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran	36
2.5	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.1.1	Variabel Penelitian	38
3.1.2	Definisi Operasional Penelitian.....	38
3.2	Populasi dan Sampel	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis Sumber Data	41
3.4	Metode Pengumpulan Data	42
3.5	Metode Analisis.....	44
3.5.1	Analisis Kuantitatif	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	53
4.2.1	Uji Validitas	53
4.2.2	Uji Reliabilitas	54
4.3	Gambaran Umum Responden.....	56
4.4	Analisis SEM.....	58
4.4.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	58

4.4.2	Analisis Full Model.....	64
4.4.3	Asumsi SEM	68
4.5	Pembahasan dan Uji Hipotesis	73
4.5.1	Uji Hipotesis	73
4.5.2	Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	76
4.5.3	Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....		86
5.1	Ringkasan Penelitian	86
5.2	Kesimpulan atas Diterima dan Ditolaknya Hipotesis.....	87
5.3	Implikasi Teoritis	92
5.4	Implikasi Manajerial.....	94
5.5	Keterbatasan Penelitian	97
5.6	Saran Penelitian Mendatang.....	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		103

SEMARANG
FEB UNDIP