

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Research Gap.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Masalah Penelitian.....	10
1.5 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.6 Tujuan Penelitian.....	13
BAB II.....	14
2.1 Teori <i>Service-Dominant Logic</i> (SDL).....	14
2.2 Pengembangan Variabel.....	16
2.2.1 <i>Storytelling</i>	16
2.2.2 <i>Experience Quality</i>	18
2.2.3 <i>Loyalty</i>	21
2.2.4 <i>Brand Image</i>	23
2.3 Kerangka Penelitian.....	26
BAB III.....	28
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.1.1 Variabel Penelitian.....	28
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.1 Jenis Data.....	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Kuesioner.....	34
3.4.2 Observasi.....	34
3.4.3 Studi Kepustakaan.....	35
3.5 Metode Analisis.....	35
3.6 Analisis Univariat.....	36
3.6.1 Analisis Multivariat.....	36
BAB IV.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	45

4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	46
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden	57
4.2	Analisis SEM.....	64
4.2.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	65
4.2.2	Uji Struktural.....	78
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	87
4.2.4	Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	89
4.3	Interpretasi Hasil	91
4.3.1	Pengaruh <i>Experience Quality</i> terhadap <i>Storytelling</i>	91
4.3.2	Pengaruh <i>Storytelling</i> terhadap <i>Destination Loyalty</i>	92
4.3.3	Pengaruh <i>Storytelling</i> terhadap <i>Destination Image</i>	93
4.3.4	Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap <i>Destination Loyalty</i>	94
BAB V	96
5.1	Simpulan.....	96
5.1.1	Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	96
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	98
5.2	Implikasi Teoritis	100
5.3	Implikasi Manajerial.....	101
5.4	Keterbatasan	103
5.5	Saran Untuk Penelitian Mendatang	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN A	110
LAMPIRAN B	116
LAMPIRAN C	119
LAMPIRAN D	120