

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
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		59
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	Penggolongan 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