

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI	i
PENGESAHAN TESIS	ii
MOTTO	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 <i>Research Gap</i>	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Masalah Penelitian	11
1.5 Pertanyaan Penelitian	13
1.6 Tujuan Penelitian.....	14
1.7 Kegunaan Penelitian.....	15
1.8 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1. Teori Self Congruence	17
2.2. Customer Company Identification	20
2.3. Toursim Service Quality	21
2.4. Customer Resonance	24
2.5. Experiential Value.....	27

2.6. Repurchase Intention	30
2.7. Model Penelitian	33
2.8. Indikator	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Sumber dan Jenis Data	38
3.3. Populasi dan Sampel	39
3.4. Variabel Penelitian dan Indikator	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
3.6. Teknik Analisis	51
3.6.1 Pengembangan Model Teoritis	52
3.6.2 Pengembangan Diagram Alur (path diagram)	52
3.6.3 Persamaan Struktural	53
3.6.4 Memilih Input Matriks dan Estimasi Korelasi	57
3.6.5 Mengukur Kriteria Goodness of Fit	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Data Responden	60
4.2 Uji Kelayakan Data	62
4.2.1 Uji Validitas	62
4.2.2 Uji Realibilitas	63
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	64
4.3.1 Indeks Tourism Service Quality	64
4.3.2 Indeks Experiential Value	65
4.2.3 Indeks Customer-company identification	67
4.2.4 Indeks Customer Resonance	68

4.2.5	Indeks Repurchase Intention	69
4.4	Proses Analisis Data dan Pengujian Model.....	70
4.4.1	Pengembangan Model.....	70
4.4.2	Pengembangan diagram alur.....	71
4.4.3	Konversi diagram alur menjadi persamaan	71
4.4.4	Penentuan matriks input dan teknik estimasi.....	71
4.4.5	Identifikasi masalah model	79
4.4.6	Evaluasi Kriteria <i>goodness of fit</i>	79
4.4.7	Interpretasi dan Modifikasi Model	84
4.5	Uji Realibility dan Variance Extract	84
4.6	Pengujian Hipotesis.....	88
4.6.1	Hasil uji Hipotesis 1.....	88
4.6.2	Hasil uji Hipotesis 2.....	89
4.6.3	Hasil uji Hipotesis 3.....	89
4.6.4	Hasil uji Hipotesis 4.....	90
4.6.5	Hasil uji Hipotesis 5.....	90
4.7	Analisis Pengaruh.....	91
4.7.1	Uji Pengaruh Langsung	91
4.7.2	Uji Pengaruh tidak langsung.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN		93
5.1.	Ringkasan Penelitian	93
5.2.	Kesimpulan Hipotesis	94
5.2.1	Pengaruh Tourism service quality terhadap Customer-company identification	94

5.2.2 Pengaruh Customer-company identification terhadap Customer Resonance	95
5.2.3 Pengaruh experiential value terhadap customer resonance	96
5.2.4 Pengaruh customer-company identification terhadap repurchase intention	97
5.2.5 Pengaruh customer resonance terhadap repurchase intention	98
5.3. Kesimpulan atas Masalah Penelitian.....	99
5.4. Implikasi Manajerial	101
5.5. Implikasi Teoritis	102
5.6. Keterbatasan Penelitian	103
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	104
Daftar Pustaka.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	33
Gambar 3.1	Variabel <i>experiential value</i>	46
Gambar 3.2	Variabel <i>tourism service quality</i>	47
Gambar 3.3	Variabel <i>customer-company identification</i>	48
Gambar 3.4	Variabel <i>Customer Resonance</i>	49
Gambar 3.5	Variabel <i>repurchase intention</i>	50
Gambar 4.1	<i>path diagram variabel eksogen</i>	73
Gambar 4.2	<i>path diagram variabel endogen</i>	75
Gambar 4.3	<i>full model SEM</i>	77
Gambar 5.1	Proses peningkatan <i>repurchase intention</i> melalui identifikasi pelanggan-perusahaan dan <i>tourism service quality</i>	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Riset Gap	8
Tabel 2.1	Indikator Variabel	34
Tabel 3.1	Tabel Issac & Michael	39
Tabel 3.2	Definisi operasional dan Indikator	41
Tabel 3.3	Skala Semantik diferensial	51
Tabel 3.4	Persamaan model Pengukuran	54
Tabel 4.1	Identitas Profil Responden	60
Tabel 4.2	Uji Validitas	62
Tabel 4.3	Uji Realibilitas	63
Tabel 4.4	Indeks <i>tourism service quality</i>	65
Tabel 4.5	Indeks <i>experiential value</i>	66
Tabel 4.6	Indeks <i>customer-company identification</i>	67
Tabel 4.7	Indeks <i>customer resonance</i>	68
Tabel 4.8	Indeks <i>repurchase intention</i>	69
Tabel 4.9	<i>Sample covarian</i>	72
Tabel 4.10	Uji <i>goodness of fit</i> variabel eksogen	74
Tabel 4.11	Hasil <i>regression weight</i> Variabel eksogen	74
Tabel 4.12	Uji <i>goodness of fit</i> variabel endogen	76
Tabel 4.13	Hasil <i>regression weight</i> Variabel endogen	76
Tabel 4.14	Uji <i>goodness of fit full model</i>	78
Tabel 4.15	Uji <i>regression weight full model</i>	78
Tabel 4.16	Hasil uji <i>univariate outlier</i>	80
Tabel 4.17	Hasil evaluasi <i>outliers</i>	81
Tabel 4.18	Normalitas Residual	82
Tabel 4.19	Interprestasi dan Modifikasi Model	84
Tabel 4.20	Uji Realibilitas	85

Tabel 4.21	Uji Hipotesis.....	88
Tabel 4.22	Pengaruh langsung.....	91
Tabel 4.23	Pengaruh tidak langsung.....	92
Tabel 5.1	Impilkasi Teoritis.....	102