

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iii
LEMBAR HAK CIPTA.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1. Identifikasi Masalah	12
1.2.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1. Maksud Penelitian	12
1.3.2. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Kegunaan Akademis	13
1.4.2. Kegunaan Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran	14
Pemasaran adalah.....	14
2.1.2. Konsep Pemasaran	14
2.1.3. Pengertian Manajemen pemasaran.....	15
2.2. Promosi.....	16

2.2.1. Pengertian promosi.....	16
2.2.2. Tujuan Promosi	17
2.3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.3.1. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.3.2. Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.4. Promosi Media Sosial.....	20
2.4.1. Pengertian Promosi Media Sosial	20
2.4.2. Indikator Promosi Media Sosial.....	21
2.5. Minat Berkunjung	23
2.5.1. Pengertian Minat Berkunjung	23
2.5.2. Indikator Minat Berkunjung.....	24
2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	26
2.6.1. Penelitian Sebelumnya	26
2.6.2. Kerangka Pemikiran.....	30
2.7. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.4. Operasional Variabel.....	34
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	38
3.6. Metode Pengumpulan Data	39
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data	40
3.7.1. Uji Validitas	40
3.7.2. Uji Reliabilitas	40
3.7.3. Analisis Deskriptif	41
3.7.4. Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS).....	41
3.7.5. Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1. Sejarah Desa Wisata di Kabupaten Bogor	46
4.2. Metode Pengolahan Instrumen/ Alat Ukur.....	46

4.2.1. Uji Instrumen	46
4.3. Karakteristik responden.....	49
4.3.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.3.2. Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Pekerjaan	50
4.3.4. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
4.3.5. Responden Berdasarkan Domisili	51
Domisili.....	51
4.3.6. Responden Berdasarkan Pemerhati Wisata.....	51
4.3.7. Responden Berdasarkan Rutin Atau Tidak Berwisata	52
4.3.8. Responden Berdasarkan Rutin Atau Tidak Berwisata	52
4.3.9. Responden Berdasarkan Mencari Sumber Informasi Wisata.....	52
4.4. Analisis Deskriptif Variabel.....	53
4.4.1. Tanggapan Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	53
4.4.2. Tanggapan Responden Variabel Promosi Media Sosial	55
4.4.3. Tanggapan Responden Variabel Minat Berkunjung	57
4.5. Analisis penelitian	58
4.5.1. Hasil Analisis SEM-PLS.....	58
4.5.2. Analisis Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	59
4.5.3. Analisis Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
4.6. Hasil dan Pembahasan.....	70
4.6.1. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung	70
4.6.2. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah kunjungan wisatawan internasional (Manca Negara) dan wisatawan Domestik (Nusantara)	3
Tabel 1. 3 Jumlah Desa Wisata Kabupaten Bogor.....	5
Tabel 1. 4 Data Desa wisata di Kabupaten Bogor	1
Tabel 1. 5 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	39
Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian Variabel.....	41
Tabel 3. 4 Keterangan Simbol.....	44
Tabel 3. 5 Keterangan Simbol.....	44
Gambar 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan domestik periode 2019-2023.....	2
Gambar 1. 2 Data wisatawan di Indonesia menurut Provinsi	2
Gambar 1. 3 Data Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1. 4 Profil Instagram Desa Wisata Alamendah	4
Gambar 1. 5 Profil Instagram Desa Wisata Alamendah	5
Gambar 1. 6 Profil Instagram Desa Wisata Ponggok	6
Gambar 1. 7 Profil Instagram Desa Wisata Ponggok	7
Gambar 1. 8 Profil Instagram Desa Wisata Ketapanrame	8
Gambar 1. 9 Profil Instagram Desa Wisata Ketapanrame	9
Gambar 1. 10 Profil Instagram Desa Wisata Purwabakti	10
Gambar 1. 11 Profil Instagram Desa Wisata Purwabakti	11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan domestik periode 2019-2023.....	2
Gambar 1. 2 Data wisatawan di Indonesia menurut Provinsi	2
Gambar 1. 3 Data Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1. 4 Profil Instagram Desa wisata alamendah	4
Gambar 1. 5 Profil Instagram Desa wisata alamendah	5
Gambar 1. 6 Profil Instagram Desa wisata ponggok.....	6
Gambar 1. 7 Profil Instagram Desa wisata ponggok.....	7
Gambar 1. 8 Profil Insgram Desa wisata ketapanrame	8
Gambar 1. 9 Profil Instagram Desa wisata ketapanrame	9
Gambar 1. 10 Profil Instagram Desa Wisata Purwabakti	10
Gambar 1. 11 Profil Instagram Desa Wisata Purwabakti	11
Gambar 2. 1 Konstelasi Pemikiran	33
Gambar 3. 1 Outer dan Inner Model	43
Gambar 4. 1 Analisis First Model	60
Gambar 4. 2 Hasil Outer model	62
Gambar 4. 3 Diagram Jalur Permodelan Bootstraping	68
Gambar 4. 4 Profil Instagram Desa Wisata Rawa Gede	71
Gambar 4. 5 Profil Instagram Desa Wisata Rawa Gede	72
Gambar 4. 6 Profil Instagram Desa Wisata Rawa Gede	74
Gambar 4. 7 Profil Instagram Desa Wisata Rawa Gede	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
---	----

