

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambar Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Kegunaan Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Pemasaran Digital	12
2.1.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.1.4 <i>Tourist destination online content</i>	13

2.1.2	Perilaku Konsumen	14
2.1.3	<i>Online Content Satisfaction</i>	15
2.1.4	<i>Digital marketing interaction</i>	16
2.1.5	<i>Tourist Behavioral Intention</i>	16
2.1.6	Hubungan Antar Variabel	17
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1	Operasional Variabel	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	51
3.3	Tahapan Penelitian.....	51
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Pengumpulan Data	54
3.5.1	Pengumpulan Data Primer	54
3.5.2	Pengumpulan Data Sekunder	54
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1	Uji Validitas.....	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	56
3.7	Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1	Analisis Deskriptif	57
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	59
3.7.3	<i>Partial Least Squares (PLS)</i>	59
3.7.4	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
3.7.5	Penilaian Model Struktural (<i>Innr Model</i>).....	61

3.7.6	Uji Hipotesis dan Signifikansi	62
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Karakteristik Responden	63
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	63
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	65
4.2	Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Analisis Deskriptif	66
4.2.2	Analisis Stuctural Equation Model (SEM)	75
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	90
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	94
4.3.2	Pembahasan Pengaruh Tourist destination online content terhadap Online Content Satisfaction	99
4.3.3	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention	99
4.3.4	Pembahasan Pengaruh Tourist destination online content terhadap Digital marketing interaction	100
4.3.5	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention melalui <i>Online Content Satisfaction</i>	101
4.3.6	Pembahasan Pengaruh <i>Online Content Satisfaction</i> terhadap Tourist Behavioral Intention	102
4.3.7	Pembahasan Pengaruh <i>Digital marketing interaction</i> terhadap Tourist Behavioral Intention	102
4.3.8	Pembahasan Pengaruh <i>Tourist destination online content</i> terhadap Tourist Behavioral Intention melalui <i>Digital marketing interaction</i>	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran Praktis	106

5.3	Saran Teoritis.....	109
	DAFTAR PUSTAKA.....	110
	LAMPIRAN.....	120