

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Visit Intention	11
2.1.2 Digital Marketing	13
2.1.3 e-WOM (Electronic Word of Mouth)	14
2.1.4 Destination Branding	15
2.1.5 Green Marketing	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Teoritik & Hipotesis Penelitian	24
2.3.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Visit Intention	24
2.3.2 Pengaruh e-WOM terhadap Visit Intention	25
2.3.3 Pengaruh Destination Branding terhadap Visit Intention	25
2.3.4 Pengaruh Green Marketing terhadap Visit Intention	26
2.3.5 Kerangka Berpikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29

3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel	30
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.4.1	Variabel Bebas	30
3.4.2	Variabel Terikat	30
3.5	Skala Pengukuran.....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	34
3.7.2	Uji Validitas	35
3.7.3	Uji Reliabilitas	35
3.7.4	Uji Kesesuaian Model.....	35
3.7.5	Uji Pengaruh Langsung	37
3.7.6	Pengujian Hipotesis	38
3.8	Model SEM	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Deskripsi Data.....	39
4.2	Hasil Analisis Data.....	41
4.2.1	Analisis Deskriptif	41
4.2.2	Uji Validitas	46
4.2.3	Uji Reliabilitas	47
4.2.4	Uji Kesesuaian Model.....	48
4.2.5	Pengujian Hipotesis	53
4.2.6	Full Model SEM	54
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Implikasi	59
5.2.1	Implikasi Teoritis	59
5.2.1	Implikasi Praktis	59
5.3	Keterbatasan penelitian	61
5.4.	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	61
DAFTAR PUSTAKA		63

LAMPIRAN.....	69
RIWAYAT HIDUP.....	95



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*