

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Teori Pendukung .....	11
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	11
2.1.2 <i>Revisit Intention</i> .....	12
2.1.3 <i>Perceived Value</i> .....	14
2.1.4 <i>Destination Image</i> .....	15
2.1.5 <i>Destination Trust</i> .....	16
2.1.6 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	17
2.2 Hasil Penelitian Relevan.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.3.1 Pengaruh e-WOM terhadap <i>perceived value</i> .....	24
2.3.2 Pengaruh e-WOM terhadap <i>destination image</i> .....	25
2.3.3 Pengaruh e-WOM terhadap <i>destination trust</i> .....	26
2.3.4 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	27
2.3.5 Pengaruh <i>destination image</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	27

2.3.6 Pengaruh <i>destination trust</i> terhadap <i>revisit intention</i> .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
3.2 Desain Penelitian .....	30
3.3 Populasi dan Sampel .....	30
3.3.1 Populasi .....	30
3.3.2 Sampel .....	30
3.4 Pengembangan Instrumen .....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.6.2 Uji Validitas .....	40
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	41
3.6.4 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Deskripsi Data .....	44
4.1.1 Deskripsi Profil Responden .....	44
4.1.2 Analisis Data .....	47
4.2 Pembahasan .....	54
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.2.2 Uji Hipotesis .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi .....	77
5.2.1 Implikasi Teoretis .....	77
5.2.2 Implikasi Praktis .....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	81
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pemandian Taman Sari Yogyakarta.....	2
Gambar 1. 2 Komentar Turis Terkait Kondisi Taman Sari Yogyakarta.....	4
Gambar 1. 3 Komentar Negatif Turis Objek Wisata.....	5
Gambar 1. 4 Ungkapan Kekecewaan Turis.....	7
Gambar 1. 5 Komentar Negatif Turis Objek Wisata.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4. 1 Model <i>First Order Construct</i> e-WOM.....	60
Gambar 4. 2 Model <i>First Order Construct</i> e-WOM Setelah Evaluasi .....	61
Gambar 4. 3 Model <i>First Order Construct Perceived Value</i> .....	62
Gambar 4. 4 Model <i>First Order Construct Perceived Value</i> Setelah Evaluasi ....	63
Gambar 4. 5 Model <i>First Order Construct Destination Image</i> .....	64
Gambar 4. 6 Model <i>First Order Construct Destination Image</i> Setelah Evaluasi .	65
Gambar 4. 7 Model <i>First Order Construct Destination Trust</i> .....	66
Gambar 4. 8 Model <i>First Order Construct Destination Trust</i> Setelah Evaluasi ..	67
Gambar 4. 9 Model <i>First Order Construct Revisit Intention</i> .....	68
Gambar 4. 10 Model <i>First Order Construct Revisit Intention</i> Setelah Evaluasi ..	69
Gambar 4. 11 <i>Full Model SEM</i> .....	70
Gambar 4. 12 <i>Fit Model SEM</i> .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Situs Sejarah dan Budaya .....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Relevan.....	22
Tabel 3. 1 Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	32
Tabel 3. 2 Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Value</i> .....	33
Tabel 3. 3 Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel <i>Destination Image</i> .....	35
Tabel 3. 4 Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel <i>Destination Trust</i> .....	36
Tabel 3. 5 Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel e-WOM .....	37
Tabel 3. 6 Bobot Skala <i>Likert</i> .....	39
Tabel 3. 7 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan .....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan dalam Satu Bulan .....	46
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Keberadaan Taman Sari Yogyakarta.....	47
Tabel 4. 7 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Kuesioner .....	47
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	48
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Perceived Value</i> .....	50
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Destination Image</i> .....	51
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif <i>Destination Trust</i> .....	52
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif <i>Revisit Intention</i> .....	53
Tabel 4. 13 EFA dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel E-WOM .....	54
Tabel 4. 14 EFA dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Perceived Value</i> .....	56
Tabel 4. 15 EFA dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Destination Image</i> .....	57
Tabel 4. 16 EFA dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Destination Trust</i> .....	58
Tabel 4. 17 EFA dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	59
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Fit</i> E-WOM .....	60
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Fit</i> E-WOM Setelah Evaluasi .....	61

Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Fit Perceived Value</i> .....	62
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Fit Perceived Value</i> Setelah Evaluasi.....	63
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>Fit Destination Image</i> .....	64
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>Fit Destination Image</i> Setelah Evaluasi .....	65
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>Fit Destination Trust</i> .....	66
Tabel 4. 25 Hasil Uji <i>Fit Destination Trust</i> Setelah Evaluasi.....	67
Tabel 4. 26 Hasil Uji <i>Fit Revisit Intention</i> .....	68
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Fit Revisit Intention</i> Setelah Evaluasi.....	69
Tabel 4. 28 Hasil Uji <i>Full Model SEM</i> .....	70
Tabel 4. 29 Hasil Uji <i>Fit Model SEM</i> .....	72
Tabel 4. 30 Pernyataan Indikator <i>Fit Model</i> .....	72
Tabel 4. 31 Hasil Uji Hipotesis .....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	92
Lampiran 2 Item Asli Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 3 Profil Responden .....	106
Lampiran 4 <i>Output Exploratory Factor Analysis (EFA) dan Cronbach's Alpha</i>	107
Lampiran 5 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	109
Lampiran 6 <i>Output Uji Hipotesis</i> .....	113
Lampiran 7 Bukti Penyebaran Kuesioner .....	114
Lampiran 8 Dokumentasi.....	115
Lampiran 9 Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah .....	116

