

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	23
C. Pembatasan Masalah.....	24
D. Perumusan Masalah.....	24
E. Kegunaan Penelitian.....	25

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Pustaka.....	27
1. Variabel <i>Destination Image</i>	27
2. Variabel <i>Perceived Value</i>	33
3. Variabel <i>Novelty Seeking</i>	37
4. Variabel Kepuasan Wisatawan.....	41
5. Variabel Minat Mengunjungi Ulang.....	48
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	52
C. Kerangka Teoretik.....	61
D. Kerangka Pemikiran.....	64
E. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	66

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	67
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	68
C. Metode Penelitian.....	68
D. Populasi dan Sampel.....	69
E. Teknik Pengumpulan Data.....	73
1. Variabel Dependen.....	74
2. Variabel Independen.....	74
3. Variabel Intervening.....	75
4. Oprasionalisasi Variabel.....	75
5. Skala Pengukuran.....	81

F.	Teknik Analisis Data.....	81
	1. Analisis Deskriptif	81
	2. Uji Validitas dan Realiabilitas	82
	3. Uji Hipotesis	85
	4. <i>Pilot Study</i>	89
	5. Model SEM	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Deskripsi Data	104
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengunjungi Malioboro.....	104
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin .	104
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Usia	105
	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	105
	5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	106
	6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Berlibur	107
B.	Hasil Pengujian dan Pembahasan	107
	1. Analisis Deskriptif	107
	a. Variabel <i>Destination Image</i>	108
	b. Variabel <i>Perceived Value</i>	110
	c. Variabel <i>Novelty Seeking</i>	111
	d. Variabel Kepuasan Wisatawan.....	112
	e. Variabel Minat Kunjungan ulang	113
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	
	a. Exploratory Factor Analysis.....	115
	1) Variabel <i>Destination Image</i>	116
	2) Variabel <i>Perceived Value</i>	119
	3) Variabel <i>Novelty Seeking</i>	121
	4) Variabel Kepuasan Wisatawan	123
	5) Variabel Minat Kunjungan Ulang.....	124
	b. Comfirmatory Factor Analysis.....	128
	1) <i>Second Order Construct</i>	128

a) Variabel <i>Destination Image</i>	128
b) Variabel <i>Perceived Value</i>	129
c) Variabel <i>Novelty Seeking</i>	131
d) Variabel Kepuasan Wisatawan	132
e) Variabel Minat Kunjungan Ulang	132
2) Fit Model	135
3. Pengujian Hipotesis	137
4. Pembahasan.....	137
5. Analisis Pengaruh.....	139
a. Pengaruh Langsung	139
b. Pengaruh Langsung	141
c. Pengaruh Total	143
6. Alternatif Model.....	144
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	148
B. Implikasi.....	150
1. Implikasi Teoritis Penelitian	150
2. Implikasi Manajerial	152
3. Implikasi Dseksriptif Variabel.....	153
C. Saran	157

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pariwisata Yogyakarta	4
Tabel I.2	Wisata Potensial Kawasan Malioboro.....	6
Tabel I.3	Jurnal Penelitian Terkait.....	8
Tabel I.4	Data Keluhan Malioboro	20
Tabel II.1	Matrix Variabel.....	60
Tabel II.2	Daftar Jurnal Referensi.....	65
Tabel III.1	Kajian Penelitian Terdahulu	72
Tabel III.2	Variabel Oprasional	75
Tabel III.3	Bobot Penilaian Kuesioner	81
Tabel III.4	Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	83
Tabel III.5	<i>Goodness of Fit Indices</i>	88
Tabel III.6	Jenis Kelamin Responden yang Mengunjungi Malioboro ..	90
Tabel III.7	Usia Responden yang Mengunjungi Malioboro	90
Tabel III.8	Pekerjaan Responden yang Mengunjungi Malioboro	91
Tabel III.9	Pendapatan Responden yang Mengunjungi Malioboro	91
Tabel III.10	Pengeluaran Responden Untuk Berlibur	92
Tabel III.11	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Destination Image</i>	92
Tabel III.12	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Destination Image</i>	93
Tabel III.13	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	95
Tabel III.14	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	95
Tabel III.15	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Novelty Seeking</i>	97
Tabel III.16	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Novelty Seeking</i> .	97
Tabel III.17	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Kepuasan Wisatawan ...	99
Tabel III.18	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kepuasan Wisatawan	99

Tabel III.19	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Minat Kunjungan Ulang	100
Tabel III.20	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Minat Kunjungan Ulang	101
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdsarkan Alasan Mengunjungi Malioboro	104
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	105
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	106
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	106
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Berlibur.....	107
Tabel IV.7	Deskriptif Variabel <i>Destination Image</i>	108
Tabel IV.8	Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	110
Tabel IV.9	Deskriptif Variabel <i>Novelty Seeking</i>	111
Tabel IV.10	Deskriptif Variabel Kepuasan Wisatawan.....	112
Tabel IV.11	Deskriptif Variabel Minat Kunjungan Ulang	113
Tabel IV.12	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Destination Image</i>	116
Tabel IV.13	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Destination Image</i>	116
Tabel IV.14	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	119
Tabel IV.15	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	119
Tabel IV.16	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Novelty Seeking</i>	121
Tabel IV.17	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Novelty Seeking</i>	121
Tabel IV.18	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Kepuasan Wisatawan ...	123
Tabel IV.19	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kepuasan Wisatawan	123
Tabel IV.20	<i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Minat Kunjungan Ulang	124

Tabel IV.21	Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Minat Kunjungan Ulang	125
Tabel IV.22	Indikator Variabel <i>Destination Image</i>	129
Tabel IV.23	Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	130
Tabel IV.24	Indikator Variabel <i>Novelty Seeking</i>	132
Tabel IV.25	Indikator Variabel Minat Kunjungan Ulang	133
Tabel IV.26	Pernyataan Indikator Fit Model	136
Tabel IV.27	Estimasi Parameter <i>Regression Weights</i>	137
Tabel IV.28	Estimasi Pengaruh Langsung (<i>Direct Effects Estimates</i>)	139
Tabel IV.29	Estimasi Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effects Estimates</i>)	141
Tabel IV.30	Pengaruh Total (<i>Total Effect Estimates</i>)	143
Tabel IV.31	Estimasi Parameter <i>Regression Weights</i> Alternatif 1	145
Tabel IV.32	Estimasi Parameter <i>Regression Weights</i> Alternatif 2	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar	I.1	<i>City Brand</i> Yogyakarta	2
Gambar	I.2	Plang Malioboro	17
Gambar	I.3	Inovasi di Malioboro	18
Gambar	II.1	Model Penelitian.....	65
Gambar	IV.1	<i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Destination Image</i>	128
Gambar	IV.2	<i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	129
Gambar	IV.3	<i>Second Order Construct</i> Variabel <i>Novelty Seeking</i>	131
Gambar	IV.4	<i>Second Order Construct</i> Variabel Minat Kunjungan Ulang	133
Gambar	IV.5	Fit Model Amos.....	135
Gambar	IV.6	Model Alternatif 1	144
Gambar	IV.7	Model Alternatif 2	146

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Penelitian
2	Pengolahan Data dengan SPSS
3	Hasil Faktor Analisis
4	Hasil Output SEM <i>Second Order</i>
5	Hasil Output SEM Fit Model