

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPEL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7

D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	8
G. Penegasan Istilah	9
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : LANDASAN TEORI	14
A. Teori Atribut Produk Wisata	14
1. Definisi Atribut Produk Wisata	14
2. Karakteristik Produk Wisata	15
3. Atribut Produk Wisata	15
B. Teori <i>Electronic Word Of Mouth</i>	17
1. Definisi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	17
2. Faktor-Faktor <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
3. Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
C. Teori Keputusan Berkunjung	21
1. Definisi Keputusan Berkunjung	21
2. Tahap Keputusan Pembelian	22
3. Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	26
D. Penelitian Terdahulu	27
E. Kerangka Konseptual	35
F. Hipotesis Penelitian	36

BAB III : METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	39
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	41
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	44
E. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
2. Uji Asumsi Klasik	51
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	53
4. Uji Hipotesis	54
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
 BAB IV : HASIL PENELITIAN	 58
A. Deskripsi Objek Penelitian	58
B. Deskripsi Data Responden	61
C. Analisis Data	64
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	64
2. Uji Asumsi Klasik	67
3. Uji Analisis Regresi Berganda	71
4. Uji Hipotesis	73
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77

BAB V : PEMBAHASAN	79
A. Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung	79
B. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung	81
C. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung	83
BAB VI : PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN