

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR KEASLIAN TULISAN .....	v
LEMBAR KESEDIAAN PUBLIKASI .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>18</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	18
1. Pengertian Pemasaran.....	18
2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
3. Perilaku Konsumen .....	20
B. Minat Berkunjung .....	22

1.	Pengertian Minat Berkunjung.....	22
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung.....	23
C.	<i>Social Media Marketing</i> .....	24
1.	Pengertian <i>Social Media Marketing</i> .....	24
2.	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Berkunjung.....	26
3.	Indikator <i>Social Media Marketing</i> .....	27
D.	Fasilitas Wisata.....	28
1.	Pengertian Fasilitas Wisata.....	28
2.	Hubungan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung.....	29
3.	Indikator Fasilitas Wisata.....	30
E.	Citra Destinasi.....	31
1.	Pengertian Citra Destinasi.....	31
2.	Hubungan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung.....	32
3.	Indikator Citra Destinasi.....	33
F.	Daya Tarik.....	34
1.	Pengertian Daya Tarik.....	34
2.	Hubungan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung.....	35
3.	Indikator Daya Tarik.....	36
G.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	36
H.	Kerangka Konseptual.....	40
I.	Hipotesis Penelitian.....	41
<b>BAB III.....</b>		<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>44</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B.	Populasi, Teknik Sampling dan Sampel.....	44
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya.....	46
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	48
E.	Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV.....</b>		<b>59</b>
<b>HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>59</b>
A.	Gambaran Umum Penelitian.....	59
B.	Gambaran Umum Responden.....	60
C.	Teknik Analisis Data.....	63

<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
<b>A. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i>, Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park.....</b>	<b>71</b>
<b>B. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park .....</b>	<b>73</b>
<b>C. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park .....</b>	<b>76</b>
<b>D. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park</b>	<b>78</b>
<b>E. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park .....</b>	<b>80</b>
<b>BAB VI.....</b>	<b>83</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>83</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>