

DAFTAR ISI

SAMPUL COVER	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGATAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. <i>Theory Of Planed Behaviour</i>	16
B. Wisata Gastronomi.....	17
C. Minat Beli.....	19
D. Media Sosial.....	26
E. Variasi Produk.....	32
F. Penelitian Terdahulu	34
G. Kerangka Konseptual	37
H. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	41
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	43
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	44
E. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	54
B. Karakteristik Responden	54
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
D. Analisis Data	60
BAB V PEMBAHASAN	71
A. Pengaruh Media Sosial dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Wisatawan.....	71
B. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Wisatawan.....	72
C. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Wisatawan.....	74
BAB VI PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	83