

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	13
1.4.1 Pengembangan Ilmu.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	14
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	14
1.5.2 Waktu Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1 <i>Social Media Marketing Instagram</i> .....	15
2.1.1.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i> .....	15
2.1.1.2 Karakteristik <i>Social Media</i> .....	17
2.1.1.3 Jenis – Jenis <i>Social Media</i> .....	19
2.1.1.4 Peran dan Manfaat <i>Social Media Marketing</i> ..	21
2.1.1.5 Indikator <i>Social Media Marketing</i> .....	23
2.1.2 <i>Social Media Influencer</i> .....	26
2.1.2.1 Kategori <i>Influencer Marketing</i> .....	29
2.1.2.2 Pengertian <i>Micro Influencer</i> .....	31
2.1.2.3 Fungsi dan Tujuan <i>Influencer Marketing</i> .....	32
2.1.2.4 Strategi <i>Influencer Marketing</i> .....	32
2.1.2.5 Indikator <i>Influencer Marketing</i> .....	37
2.1.3 <i>Destination Decision</i> .....	41
2.1.3.1 Pengertian <i>Destination Decision</i> .....	41

2.1.3.2 Pihak – pihak yang Terlibat dalam Peran Pembelian .....	43
2.1.3.3 Jenis – jenis Perilaku Pembelian .....	44
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian....	45
2.1.3.5 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Destinasi .....	49
2.1.3.6 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	51
2.1.4 Penelitian Terdahulu .....	53
2.2 Kerangka Pemikiran.....	57
2.3 Hipotesis.....	61

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	63
3.1.1 Sejarah dan Profil Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya .....	63
3.2 Metode Penelitian.....	66
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	67
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.2.2.2 Populasi Penelitian.....	70
3.2.2.3 Sampel Penelitian.....	70
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	71
3.3 Model Penelitian .....	72
3.4 Teknik Analisis Data.....	72
3.4.1 Analisis Data <i>Structur Equation Model</i> (SEM).....	73
3.4.1.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori ...	73
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i> .....	75
3.4.1.3 Memilih Jenis Input Matrik .....	78
3.4.1.4 Menilai Identifikasi Model Struktural .....	78
3.4.1.5 Asumsi SEM .....	79
3.4.1.6 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	83
3.4.1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	86
3.4.1.8 Pengujian Hipotesis .....	87
3.4.1.9 Interpretasi dan Identifikasi Model .....	88

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	90
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kategori Usia.....	91
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	92
4.1.4 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	93

4.1.4.1	Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	93
4.1.4.2	Uji Normalitas Data .....	94
4.1.4.3	Uji <i>Outlier</i> .....	95
4.1.4.4	Menilai Identifikasi Struktural .....	97
4.1.4.5	Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	98
4.1.4.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	99
4.1.4.7	Pengujian Hipotesis .....	101
4.2	Pembahasan.....	103
4.2.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Tourist Destination Decision</i> Pada Objek Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.....	103
4.2.2	Pengaruh <i>Micro Influencer</i> Terhadap <i>Tourist Destination Decision</i> Pada Objek Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.....	105
4.2.3	Pengaruh <i>Micro Influencer</i> Terhadap <i>Social Media Marketing</i> Pada Objek Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.....	107
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	109
5.2	Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Data Perkembangan Wisatawan Doemstik 5 (lima Tahun Terakhir) .....	1
1.2	Data Jumlah Kunjungan Objek Wisata di Jawa Barat Berdasarkan Kota / Kabupaten Tahun 2018 – 2022 .....	4
1.3	Data Objek Agrowisata di Tasikmalaya .....	5
1.4	Data Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Taman Karangresik Tasikmalaya.....	9
1.5	Jadwal Penelitian.....	14
2.1	Penelitian Terdahulu .....	53
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	67
3.2	Variabel Konstruk Variabel .....	73
3.3	Model Persamaan Struktural .....	77
3.4	Model Pengukuran .....	77
3.5	<i>Goodness Fit Index</i> .....	86
4.1	Hasil Uji Normalitas .....	94
4.2	Hasil Uji <i>Univariate Outliers</i> .....	96
4.3	Hasil Uji <i>Multivariate outliers</i> .....	97
4.4	<i>Computation of degrees of freedom</i> (Default model).....	98
4.5	Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	100
4.6	Hasil Uji Validitas .....	101
4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	102
4.8	Hasil Uji Hipotesis Penelitian Pengaruh Langsung .....	103

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Jawa Barat ....	2
2.1	Proses Keputusan Pembelian .....	45
2.2	Keputusan Pembelian .....	48
3.1	Tugu Jembatan Karangresik Tasikmalaya .....	72
3.2	Taman Bunga Karangresik Tasikmalaya .....	64
3.3	Peta Denah Lokasi Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya ..	65
3.4	Model Penelitian .....	66
3.5	Path Diagram.....	76
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	91
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.4	Diagram Jalur Model Pengukuran.....	93
4.5	<i>Goodness of Fit</i> .....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Waktu Penelitian .....	118
2	Kuesioner .....	119
3	Data Kuesioner .....	125
4	Output SEM AMOS .....	130