

DAFTAR ISI

MOTO	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu (Teoritis)	9
1.4.2 Kegunaan Penerapan Ilmu (Praktis)	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Jadwal Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 <i>Heritage Settings</i> (Tata Kelola Lingkungan)	12
2.1.1.1 <i>Visual Settings</i>	13
2.1.1.2 <i>Socio-Culture Settings</i>	15
2.1.1.3 <i>Atmosphere Settings</i>	17
2.1.2 <i>Emotional Experience</i> (Pengalaman Emosional)	18
2.1.2.1 <i>Emotion of Joy</i>	19
2.1.2.2 <i>Emotion of Love</i>	21
2.1.2.3 <i>Emotion of Positive Surprise</i>	22

2.1.2.4 <i>Nostalgic Emotion</i>	24
2.1.3 <i>Place Attachment</i> (Keterikatan Tempat)	26
2.1.3.1 Pengertian <i>Place Attachment</i> (Keterikatan Tempat).....	27
2.1.3.2 Indikator <i>Place Attachment</i> (Keterikatan Tempat)	27
2.1.4 <i>Tourism Satisfaction</i> (Kepuasan Wisatawan).....	28
2.1.4.1 Pengertian <i>Tourism Satisfaction</i> (Kepuasan Wisatawan).....	29
2.1.4.2 Indikator <i>Tourism Satisfaction</i> (Kepuasan Wisatawan)	29
2.1.5 <i>Revisit Intention</i> (Niat Kunjungan Ulang).....	31
2.1.5.1 Pengertian <i>Revisit Intention</i> (Niat Kunjungan Ulang).....	31
2.1.5.2 Indikator <i>Revisit Intention</i> (Niat Kunjungan Ulang)	31
2.1.6 <i>Recommendation Intention</i> (Niat Merekomendasikan Ulang)	32
2.1.6.1 Pengertian <i>Recommendation Intention</i> (Niat Merekomendasikan Ulang)	33
2.1.6.2 Indikator <i>Recommendation Intention</i> (Niat Merekomendasikan Ulang)	33
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	51
2.4 Hipotesis Penelitian.....	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Objek Penelitian.....	62
3.2 Metode Penelitian.....	62
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	67
3.2.2.1 Jenis Data	67
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	67
3.2.2.3 Penentuan Sampel.....	68
3.2.2.4 Teknik Sampling.....	68
3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data	69
3.3 Model Penelitian	70
3.4 Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Analisis Data <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	71
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	72
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	75
3.4.1.3 Konversi <i>Path Diagram</i> ke dalam Persamaan	76

3.4.1.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	79
3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	80
3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM	80
3.4.1.7 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	81
3.4.1.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	83
3.4.1.9 Interpretasi dan Modifikasi Model	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Hasil Penelitian	85
4.1.1 Karakteristik Responden	85
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal	86
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ..	87
4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	88
4.1.2.1 Uji <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	88
4.1.3 Evaluasi Atas Asumsi SEM.....	94
4.1.3.1 Uji Normalitas	94
4.1.3.2 Uji Sampel.....	94
4.1.3.3 Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	95
4.1.3.4 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	95
4.1.3.5 Evaluasi Multikolinieritas dan Singularitas	95
4.1.3.6 Menilai Identifikasi Struktural.....	96
4.1.3.7 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	96
4.1.3.8 Uji Validitas	98
4.1.3.9 Uji Reliabilitas.....	99
4.1.3.10 Pengujian Hipotesis.....	100
4.2 Pembahasan	106
4.2.1 <i>Heritage Settings</i> direfleksikan oleh <i>Visual Settings, Socio-Culture Settings</i> dan <i>Atmosphere Settings</i>	106
4.2.2 <i>Emotional Experience</i> direfleksikan oleh <i>Emotion of Joy, Love, Positive Surprise</i> dan <i>Nostalgic Emotion</i>	108
4.2.3 Pengaruh <i>Heritage Settings</i> terhadap <i>Emotional Experience</i>	111
4.2.4 Pengaruh <i>Emotional Experience</i> terhadap <i>Place Attachment</i>	112
4.2.5 Pengaruh <i>Emotional Experience</i> terhadap <i>Tourism Satisfaction</i>	113

4.2.6 Pengaruh <i>Place Attachment</i> terhadap <i>Tourism Satisfaction</i>	115
4.2.7 Pengaruh <i>Place Attachment</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	116
4.2.8 Pengaruh <i>Tourism Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	117
4.2.9 Pengaruh <i>Tourism Satisfaction</i> terhadap <i>Recommendation Intention</i>	118
4.2.10 Pengaruh <i>Revisit Intention</i> terhadap <i>Recommendation Intention</i> ..	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	122
5.1 Simpulan.....	122
5.2 Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	141

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	64
Tabel 3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	73
Tabel 3.3	Persamaan Struktural.....	76
Tabel 3.4	Model Pengukuran.....	78
Tabel 3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model	82
Tabel 4.1	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	97
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas.....	98
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas.....	99
Tabel 4.4	Uji Signifikansi Koefisien.....	100
Tabel 4.5	Pengaruh Variabel.....	101

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 2.1	<i>Conceptual Framework</i>	60
Gambar 3.1	Model Penelitian.....	71
Gambar 3.2	Path Diagram.....	76
Gambar 4.1	Usia Responden.....	85
Gambar 4.2	Asal Wisatawan	86
Gambar 4.3	Frekuensi Kunjungan.....	87
Gambar 4.4	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	89
Gambar 4.5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	91
Gambar 4.6	Hasil <i>Full Model SEM</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
Lampiran 1	Jadwal Penelitian	141
Lampiran 2	Kuisisioner Variabel.....	143
Lampiran 3	Data Penelitian.....	146
Lampiran 4	Output SEM.....	179