

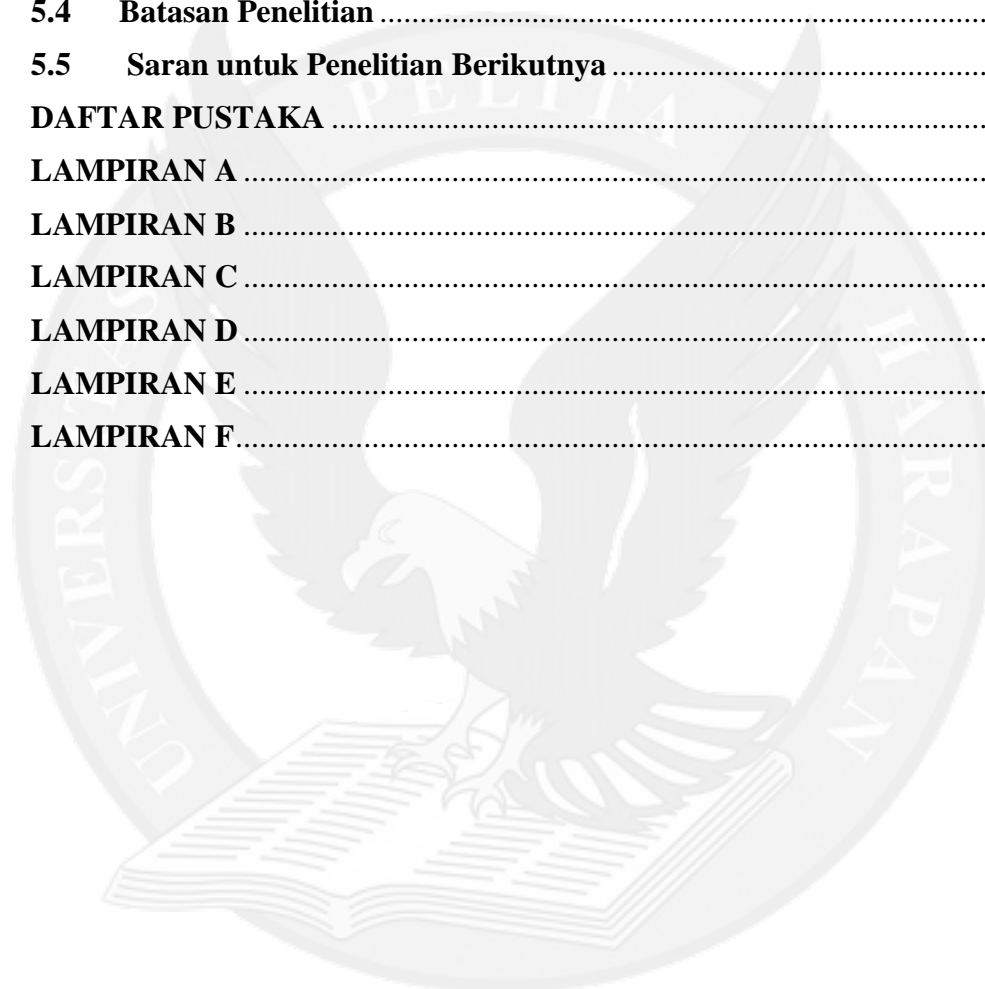
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	10
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.5 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	12
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	13
<b>1.7 Sistematika Penelitian</b> .....	15
<b>BAB II</b> .....	17
<b>TINJAUAN LITERATUR</b> .....	17
<b>2.1 <i>Tourism</i></b> .....	17
<b>2.2 Keterlibatan Wisatawan</b> .....	19
<b>2.3 Keterlibatan wisatawan dimodelkan sebagai komposit tingkat kedua</b> 21	
<b>2.4 Ekuitas Merek</b> .....	25
<b>2.5 Kepuasan Konsumen</b> .....	25
<b>2.6 Loyalitas Konsumen</b> .....	26
<b>2.7 Hubungan antar Variabel</b> .....	27
<b>2.7.1 Keterlibatan dan Kepuasan Wisatawan</b> .....	27
<b>2.7.2 Keterlibatan dan Loyalitas Wisatawan</b> .....	29
<b>2.7.3 Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan</b> .....	30
<b>2.7.4 Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara keterlibatan dan loyalitas wisatawan</b> .....	32
<b>2.7.5 Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara ekuitas merek dan loyalitas wisatawan</b> .....	33
<b>2.7.6 Ekuitas Merek dan Kepuasan Wisatawan</b> .....	34
<b>2.7.7 Ekuitas Merek dan Loyalitas Wisatawan</b> .....	36
<b>2.8 Model Penelitian dan Hipotesis</b> .....	38
<b>BAB III</b> .....	41

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2 Metode Kuantitatif .....</b>	<b>43</b>
<b>3.3 Tipe Tujuan Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>3.4 Objek Penelitian .....</b>	<b>46</b>
<b>3.5 Unit Analisis .....</b>	<b>50</b>
<b>3.6 Pengukuran Variabel .....</b>	<b>52</b>
<b>3.7 Definisi Konseptual dan Operasional .....</b>	<b>56</b>
<b>3.8 Skala Pengukuran .....</b>	<b>63</b>
<b>3.9 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>65</b>
<b>3.9.1 Kuesioner .....</b>	<b>66</b>
<b>3.10 Etika Pengumpulan Data .....</b>	<b>68</b>
<b>3.11 Desain Sampling .....</b>	<b>71</b>
<b>3.11.1 Menentukan Target Populasi .....</b>	<b>71</b>
<b>3.11.2 Kerangka Sampling .....</b>	<b>72</b>
<b>3.11.3 Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>73</b>
<b>3.11.4 Jumlah Sampel .....</b>	<b>74</b>
<b>3.11.5 Proses Pengambilan Sampel .....</b>	<b>76</b>
<b>3.12 Metode Analisis Data .....</b>	<b>76</b>
<b>3.12.1 Statistik Deskriptif .....</b>	<b>76</b>
<b>3.12.2 Statistik Inferensial .....</b>	<b>77</b>
<b>3.13 Partial Least Square (PLS) .....</b>	<b>78</b>
<b>3.14 Goodness of Data .....</b>	<b>82</b>
<b>3.14.1 Reliabilitas .....</b>	<b>82</b>
<b>3.14.2 Validitas .....</b>	<b>83</b>
<b>3.15 Structural Equation Modelling (SEM) .....</b>	<b>85</b>
<b>3.16 Preliminary Test .....</b>	<b>88</b>
<b>3.16.1 Hasil Validitas pada <i>Preliminary Test</i> .....</b>	<b>88</b>
<b>3.16.2 Hasil Uji Validitas Konvergen pada <i>Preliminary Test</i> .....</b>	<b>89</b>
<b>3.16.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan pada <i>Preliminary Test</i> .....</b>	<b>94</b>
<b>3.16.4 Hasil Uji Reliabilitas pada <i>Preliminary Test</i> .....</b>	<b>98</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>101</b>

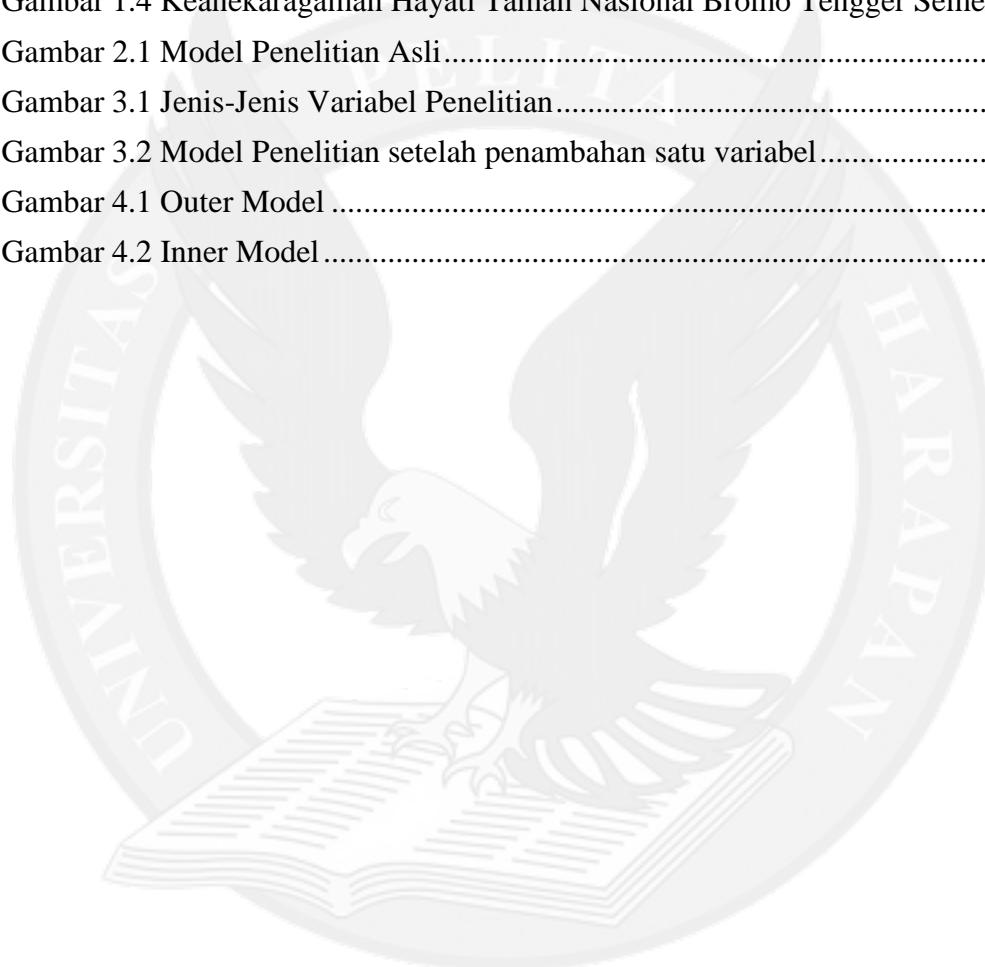
4.1	<b>Profil Responden</b> .....	101
4.2	<b>Jenis Kelamin</b> .....	102
4.3	<b>Usia</b> .....	103
4.4	<b>Status Pernikahan</b> .....	104
4.5	<b>Profesi</b> .....	105
4.6	<b>Tingkat Pendidikan</b> .....	105
4.7	<b>Pendapatan Per Bulan</b> .....	106
4.8	<b>Pengeluaran Per Bulan</b> .....	107
4.9	<i>Actual Test</i> .....	108
4.10	<b>Statistik Deskriptif</b> .....	108
4.11	<b>Statistik Inferensial</b> .....	112
4.12	<b>Uji Aktual Validitas Konvergen</b> .....	113
4.13	<b>Uji Aktual Validitas Diskriminan</b> .....	115
4.14	<b>Uji Aktual Reliabilitas</b> .....	119
4.15	<b>Outer Model</b> .....	120
4.16	<b>Uji <i>Common Method Bias</i></b> .....	121
4.17	<b>Goodness of Fit</b> .....	123
4.18	<b>R Square (<math>R^2</math>)</b> .....	126
4.19	<b>Relevansi Prediktif</b> .....	129
4.20	<b>Uji Hipotesis</b> .....	130
4.21	<b>Inner Model</b> .....	135
4.22	<b>Pembahasan</b> .....	135
	<i>Tourist Engagement</i> memiliki pengaruh positif langsung terhadap <i>Satisfaction</i> .....	138
	<i>Tourist Engagement</i> memiliki pengaruh positif langsung terhadap <i>Loyalty</i> .....	140
	<i>Satisfaction</i> memiliki pengaruh positif langsung terhadap <i>Loyalty</i> .....	141
	<i>Satisfaction</i> memediasi hubungan antara <i>Tourist Engagement</i> dan <i>Loyalty</i> .....	143
	<i>Satisfaction</i> memediasi hubungan antara <i>Brand Equity</i> dan <i>Loyalty</i> ....	145
	<i>Brand Equity</i> memiliki pengaruh positif langsung terhadap <i>Satisfaction</i> .....	147
	<i>Brand Equity</i> memiliki pengaruh positif langsung terhadap <i>Loyalty</i> ....	148

<b>4.23 Perbandingan dengan Penelitian Pendahulu .....</b>	<b>150</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>153</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>153</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>153</b>
<b>5.2 Implikasi Teori .....</b>	<b>155</b>
<b>5.3 Implikasi Manajerial.....</b>	<b>158</b>
<b>5.4 Batasan Penelitian .....</b>	<b>165</b>
<b>5.5 Saran untuk Penelitian Berikutnya .....</b>	<b>166</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>168</b>
<b>LAMPIRAN A .....</b>	<b>196</b>
<b>LAMPIRAN B .....</b>	<b>206</b>
<b>LAMPIRAN C .....</b>	<b>208</b>
<b>LAMPIRAN D .....</b>	<b>215</b>
<b>LAMPIRAN E .....</b>	<b>222</b>
<b>LAMPIRAN F.....</b>	<b>229</b>



## DAFTAR GAMBAR

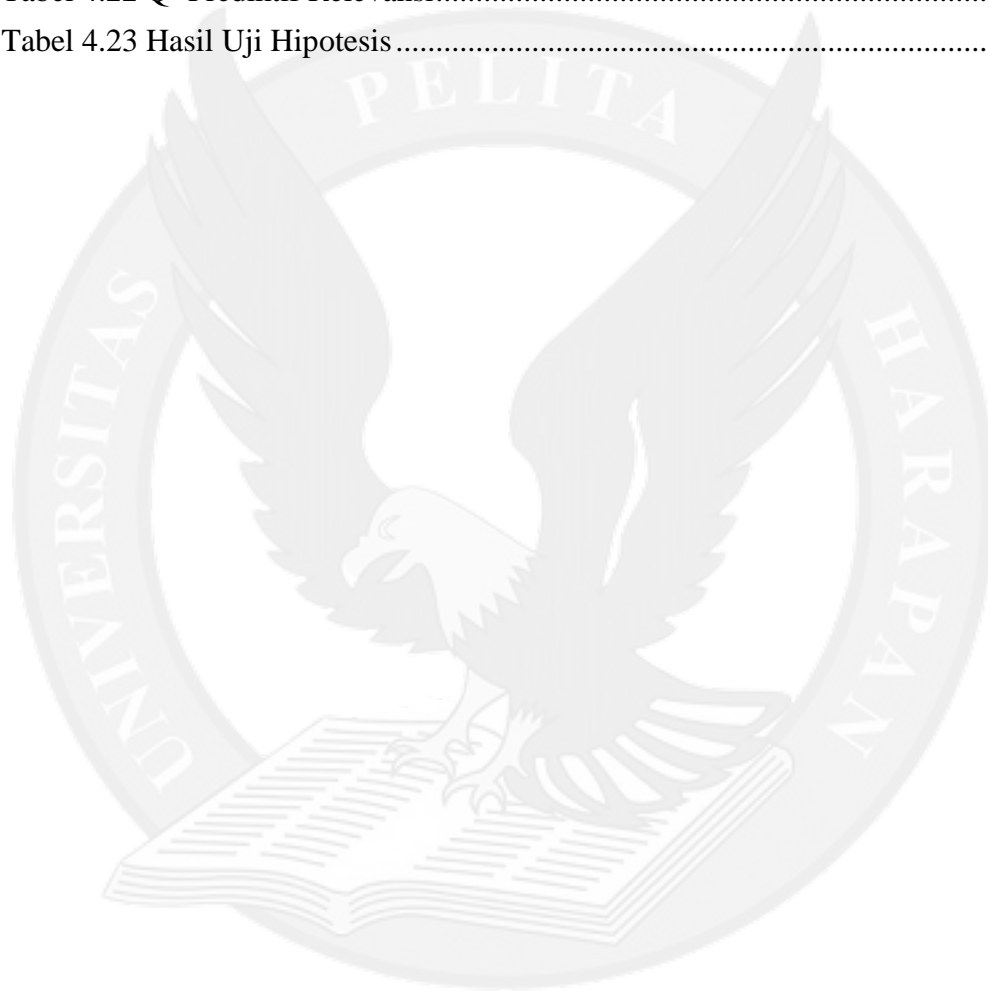
Gambar 1.1 Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB Indonesia/Tourism Direct Gross Domestic Product (2016-2020) .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan Gunung Bromo tahun 2021 & 2022.....	5
Gambar 1.4 Keanekaragaman Hayati Taman Nasional Bromo Tengger Semeru ..	7
Gambar 2.1 Model Penelitian Asli.....	40
Gambar 3.1 Jenis-Jenis Variabel Penelitian.....	56
Gambar 3.2 Model Penelitian setelah penambahan satu variabel.....	58
Gambar 4.1 Outer Model .....	125
Gambar 4.2 Inner Model.....	141



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	65
Table 3.2 Pedoman Etika Pengumpulan Data.....	73
Tabel 3.3 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Absorption).....	92
Tabel 3.4 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Attention) .....	93
Tabel 3.5 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Enthusiasm).....	93
Tabel 3.6 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Interaction) .....	94
Tabel 3.7 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Identification) .....	94
Tabel 3.8 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Brand Equity) .....	95
Tabel 3.9 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Satisfaction).....	95
Tabel 3.10 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen (Loyalty) .....	96
Tabel 3.11 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Konvergen AVE.....	97
Tabel 3.12 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan Fornell Larcker.....	98
Tabel 3.13 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan Cross Loading .....	99
Tabel 3.14 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan HTMT.....	101
Tabel 3.15 Hasil Uji Pendahuluan Reliabilitas Chronbach Alpha.....	101
Tabel 3.16 Hasil Uji Pendahuluan Reliabilitas Composite Reliability .....	102
Tabel 4.1 Persentase Gender .....	107
Tabel 4.2 Persentase Usia .....	107
Tabel 4.3 Persentase Status Pernikahan .....	108
Tabel 4.4 Persentase Profesi .....	109
Tabel 4.5 Persentase Tingkat Pendidikan .....	110
Tabel 4.6 Persentase Pendapatan Bulanan.....	111
Tabel 4.7 Persentase Pengeluaran Bulanan.....	112
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif .....	114
Tabel 4.9 Validitas Konvergen – Factor Loading.....	118
Tabel 4.10 Validitas Konvergen – AVE .....	120
Tabel 4.11 Validitas Diskriminan – Cross Loading.....	121
Tabel 4.12 Validitas Diskriminan – HTMT .....	122
Tabel 4.13 HTMT – Confidence Interval .....	123
Tabel 4.14 Validitas Diskriminan – Fornell Larcker .....	124
Tabel 4.15 Uji Aktual Reliabilitas – Cronbach’s Alpha & Composite Reliability.....	125

Tabel 4.16 Nilai Outer VIF .....	127
Tabel 4.17 Nilai Inner VIF.....	128
Tabel 4.18 Perhitungan index Goodness-of-Fit .....	129
Tabel 4.19 Model Fit.....	130
Tabel 4.20 Nilai R-Square.....	132
Tabel 4.21 Nilai Adjusted R-Square .....	133
Tabel 4.22 Q <sup>2</sup> Prediktif Relevansi.....	134
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis .....	136



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER .....	202
LAMPIRAN B Uji PENDAHULUAN MODEL.....	213
LAMPIRAN C Uji PENDAHULUAN MODEL PENGUKURAN .....	215
LAMPIRAN D Uji AKTUAL MODEL PENGUKURAN .....	222
LAMPIRAN E Uji AKTUAL MODEL STRUKTURAL .....	229
LAMPIRAN F Uji AKTUAL RELEVANSI PREDIKTIF .....	236

