

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep <i>Word of mouth</i>	18
2.1.1.1 Konsep <i>Word of mouth</i> dalam Bauran Promosi	18
2.1.1.2 Definisi <i>Word of mouth</i>	28
2.1.1.3 Dimensi <i>Word of mouth</i>	30
2.1.1.4 Isi Pesan yang Mempengaruhi <i>Word of</i> <i>mouth</i>	35
2.1.1.5 Sarana dari <i>Word of mouth</i>	39
2.1.2 Keputusan Berkunjung	40
2.1.2.1 Konsep Keputusan Berkunjung Bisnis ke Bisnis	40

2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Bisnis ke Bisnis	42
2.1.2.3 Jenis Situasi Keputusan Berkunjung	45
2.1.2.4 Proses Keputusan Berkunjung	46
2.1.2.5 Keputusan Berkunjung Bisnis ke Bisnis Menggunakan Jasa	51
2.1.3 Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung Bisnis ke Bisnis	55
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	57
2.2 Kerangka Pemikiran	60
2.3 Hipotesis	65
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	68
3.1 Objek Penelitian	68
3.2 Metode Penelitian	68
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	68
3.2.2 Operasional Variabel	70
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	76
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	77
3.2.4.1 Populasi	77
3.2.4.2 Sampel	78
3.2.4.3 Teknik Sampling	79
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	79
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	80
3.2.6.1 Pengujian Validitas	80
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	91
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	93
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	93
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	94
3.2.7.3 Rancangan Analisis Regresi Berganda	95
3.2.7.4 Pengujian Hipotesis	99

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN101

4.1 Profil dan Wisatawan Desa Wisata Lembur Kahuripan
Pasanggrahan101

4.1.1 Profil Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan
.....101

4.1.1.1 Sejarah Singkat Desa Wisata102

4.1.1.2 Sejarah Singkat Desa Wisata102

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan103

4.1.2 Profil Wisatawan Grup Desa Wisata Lembur
Kahuripan.....106

4.1.2.1 Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia dengan
Sumber Informasi Utama Desa Wisata
Lembur Kahuripan Pasanggrahan106

4.1.2.2 Keterkaitan Pendidikan Terakhir dan Daerah
Asal dengan Sumber Informasi Utama Desa
Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan 108

4.1.2.3 Keterkaitan Frekuensi Kunjungan Dalam
Setahun dan Jumlah Rata-Rata Peserta
dengan Sumber Informasi Utama Desa
Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan 110

4.1.2.4 Keterkaitan Kesan dan Alasan Berkunjung
dengan Sumber Informasi Utama Desa
Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan 112

4.1.2.5 Keterkaitan Aktivitas dan Dampak Setelah
Berkunjung dengan Sumber Informasi Utama
Desa Wisata Lembur Kahuripan
Pasanggrahan113

4.2 Tanggapan Wisatawan Grup terhadap *Word of mouth* Desa Wisata
Lembur Kahuripan Pasanggrahan116

4.2.1 *Word of mouth*118

4.2.2 Dimensi-dimensi *Word of mouth*118

4.2.2.1 *Cognitive Content*.....118

4.2.2.2	<i>Richness of Content</i>	120
4.2.2.3	<i>Cognitive Delivery</i>	123
4.2.2.4	<i>Strength of Delivery</i>	124
4.2.2.5	Rekapitulasi Dimensi <i>Word of mouth</i> Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan	126
4.3	Tanggapan Wisatawan Grup terhadap <i>Word of mouth</i> Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan	128
4.3.1	Keputusan Berkunjung Wisatawan Grup	128
4.3.2	Dimensi Keputusan Berkunjung	130
4.3.2.1	Pilihan Produk Barang atau Jasa	130
4.3.2.2	Pilihan Pemasok	132
4.3.2.3	Jumlah Kunjungan	135
4.3.2.4	Waktu Kunjungan	136
4.3.2.5	Persyaratan Layanan	139
4.3.2.6	Rekapitulasi Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan	141
4.4	Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan	142
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi	142
4.4.1.1	Uji Normalitas	142
4.4.1.2	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	144
4.4.1.3	Uji Asumsi Multikolinearitas	145
4.4.1.4	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	145
4.4.1.5	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	146
4.4.1.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	148
4.4.1.7	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap	

Keputusan Berkunjung Wisatawan Grup di Desa Wisata Lembur Kahuripan Pasanggrahan	150
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	151
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	151
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	152
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	154
5.1 Kesimpulan	154
5.2 Rekomendasi	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN-LAMPIRAN	161

