

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup.....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Materi	5
1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah	5
1.6 Metodologi	5
1.6.1 Identifikasi Penelitian.....	6
1.6.2 Penentuan Jumlah.....	6
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	7
1.6.4 Karakteristik Responden	8
1.6.5 Pernyataan Kuesioner	8
1.6.1. Metode Analisis Data	11
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Destinasi Wisata.....	15

2.1. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	16
2.2 Komponen Sediaan Pariwisata.....	19
2.3 Penelitian terdahulu.....	20
BAB 3 GAMBARAN UMUM	22
3.1 Gambaran Umum Provinsi Jawa Barat	22
3.1.1 Letak Geografis dan Luas Wilayah.....	22
3.2 Pengembangan sektor pariwisata di Jawa Barat	23
3.3 Perkembangan Pemanfaatan Media Sosial di Jawa Barat.....	34
3.4 Karakteristik Responden	34
3.4.1 Jenis Kelamin	35
3.4.2 Usia	35
3.4.3 Tempat Tinggal	38
3.4.4 Pendidikan Terakhir	43
3.4.5 Pekerjaan	46
3.4.6 Pendapatan	49
3.4.7 Jumlah dan Persentase Tingkat Sering Berwisata di Jawa Barat Menurut Responden Total.....	52
3.4.8 Terakhir kali Berwisata di Jawa Barat Menurut Responden.....	55
3.4.9 Kabupaten/Kota Destinasi Wisata yang terakhir kali dikunjungi di Jawa Barat Menurut Responden.....	58
3.4.10 Kabupaten/Kota yang sering dikunjungi di Jawa Barat untuk Berwisata Menurut Responden	62
3.4.11 Rencana mengunjungi destinasi wisata di Jawa Barat dalam waktu dekat Menurut Responden.....	65
3.4.12 Media Sosial yang digunakan Responden untuk Mendapatkan Informasi Destinasi Wisata di Jawa Barat	68

BAB 4 ANALISIS PEMANFAATAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) UNTUK BERWISATA DI JAWA BARAT	71
4.1 Intensitas Pemanfaatan <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> untuk Berwisata	71
4.1.1 Uji Validitas Variabel Intensitas	71
4.1.2 Skoring Variabel Intensitas	74
4.1.3 Perbandingan Respon Skoring dan Grafik Radar Variabel Intensitas .	80
4.2 Opini di Dalam <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> yang Memengaruhi untuk Berwisata.....	82
4.2.1 Validitas Variabel Opini	82
4.2.2 Skoring Variabel Opini	83
4.2.3 Perbandingan Respon Skoring dan Grafik Radar Variabel Opini	87
4.3 Konten di dalam <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> yang Mempengaruhi untuk Berwisata.....	89
4.3.1 Validitas Variabel Content.....	89
4.3.2 Skoring Variabel Konten.....	92
a. Perbandingan Respon Skoring dan Grafik Radar Variabel Konten	111
b. Hasil Perbandingan Responden Laki-laki dan Perempuan	118
BAB 5 KESIMPULAN	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	127