

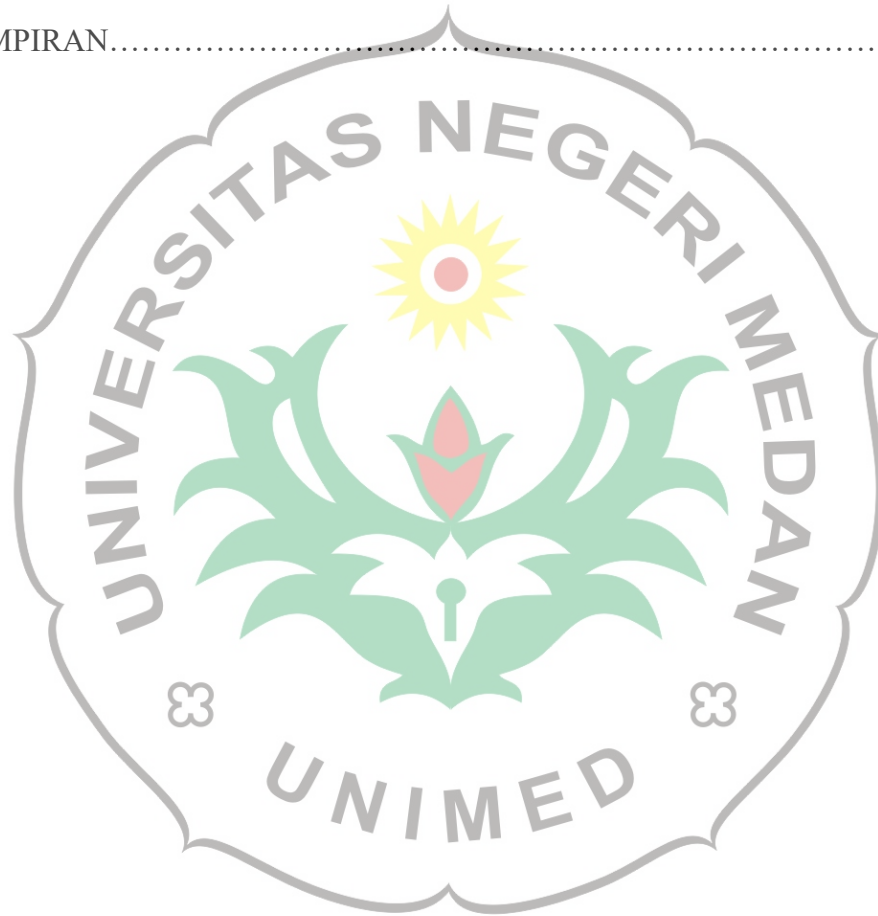
DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teoritis.....	14
2.1.1 Defenisi Promosi (Y).....	14
2.1.2 Tujuan Promosi.....	15
2.1.3 Bauran Promosi.....	16
2.1.4 Langkah- Langkah Mengembangkan Promosi Efektif.....	17
2.1.6 Indikator Promosi.....	20
2.1.7 Aplikasi TripAdvisor.....	20

2.2.1 Defenisi Kesiapan.....	21
2.2.2 Prinsip Kesiapan.....	23
2.2.3 Indikator Kesiapan.....	23
2.3.1 Pemasaran Digital.....	24
2.3.2 Defenisi Pemasaran.....	24
2.3.3 Defenisi Digital.....	25
2.3.4 Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	25
2.3.5 Dimensi Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	27
2.3.6 Indikator Keberhasilan Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	28
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	33
3.3 Populasi Dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Variabel Penelitian.....	35
3.4.1 Defenisi Operasional.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Pengukuran Outer Model.....	40
3.6.2 Pengukuran Inner Model.....	41

3.6.3 Uji Kelayakan Model/ Model Fit.....	42
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Objek Wisata Bukit Gundaling Berastagi Kabupaten Karo... 43	43
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	44
4.3 Hasil Penelitian.....	44
4.3.1 Analisis Partial Least Square (PLS).....	44
4.3.3.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	45
4.3.3.2 Pengujian Validitas Dan Reabilitas Konstruk.....	45
4.3.3.3. Pengujian Validitas Diskriminan.....	46
4.3.3.4. Pengujian Collinearity Statistik.....	46
4.3.3.5 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	47
4.3.3.6 Analisis Variant (R2) Atau Uji Determinasi.....	47
4.3.3.7 Effect Size (F2).....	48
4.3.3.7 Pengujian Hipotesis.....	48
4.3.3.9 Uji Kelayakan Model/ Goodness Of Fit.....	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.4.1 Pengaruh Kesiapan Wisatawan Terhadap Promosi.....	51
4.4.2 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Promosi.....	52
4.4.3 Pengaruh Kesiapan Wisatawan, Pemasaran Digital Terhadap Promosi.....	52
BAB V.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58



THE
Character Building
 UNIVERSITY