

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Keaslian Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 <i>Virtual Reality</i> (Realitas Virtual)	14
2.2.2 Realitas Virtual dalam Pariwisata	14
2.2.3 <i>Information System (IS) Success Model</i>	15
2.2.4 <i>Presence</i> (Kehadiran)	18
2.2.5 <i>Enjoyment</i> (Kesenangan)	20
2.2.6 <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	21
2.2.7 <i>Intention to Visit Destination</i>	23
2.2.8 Generasi Milenial	25
2.2.9 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	28

2.2.10 Kerangka Penelitian.....	32
2.2.11 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Instrumen Penelitian	34
3.3 Deskripsi Objek Penelitian	35
3.4 Definisi Operasional	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Populasi dan Sampel	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.3 Skala Pengukuran Variabel	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....	46
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
4.2 Hasil dan Pembersihan Data	48
4.3 Profil Responden.....	48
4.4 Deskriptif Data.....	50
4.5 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	52
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	52
4.5.2 Asumsi Kecukupan Sampel	54
4.5.3 Uji Normalitas	54
4.5.4 Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.5 Analisis Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit</i>)	57
4.5.6 Pengujian Hipotesis	64
BAB V PEMBAHASAN DAN DISKUSI.....	64
5.1 Pengaruh VR Bagi Generasi Milenial Dalam Mempersepsikan Suatu Destinasi Wisata	64

5.2 Pengaruh Penggunaan VR Pada Generasi Milenial Dalam Menarik Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata.....	68
5.2.1 Pengaruh Kualitas Konten VR Terhadap <i>Satisfaction</i>	68
5.2.2 Pengaruh Kualitas Sistem VR Terhadap <i>Satisfaction</i>	68
5.2.3 Pengaruh <i>Presence</i> Terhadap <i>Enjoyment</i> dan <i>Satisfaction</i>	68
5.2.4 Pengaruh <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> dan <i>Intention to Visit</i> ..	71
5.2.5 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Intention to Visit</i>	72
5.3 Diskusi	73
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Rekomendasi Bagi Praktisi.....	78
6.3 Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian Lanjutan	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	