

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>0</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>1</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>10</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>11</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>14</b>
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.6 Lingkup Penelitian.....	26
1.7 Sistematika Penulisan.....	26
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>28</b>
2.1 Vlog Perjalanan dalam Konteks Penelitian.....	28
2.2 Nilai Iklan.....	30
2.3 Keinformatifan.....	31
2.4 Hiburan.....	32
2.5 Iritasi.....	33
2.6 Kredibilitas.....	35
2.7 Keterikatan Tempat.....	37
2.8 Niat Mengunjungi Destinasi.....	40
2.9 Kajian Penelitian Terdahulu.....	41
2.10 Pengembangan Hipotesis.....	46
2.10.1 Pengaruh Keinformatifan Pada Nilai Iklan.....	46
2.10.2 Pengaruh Hiburan Pada Nilai Iklan.....	47
2.10.3 Pengaruh Iritasi Pada Nilai Iklan.....	48
2.10.4 Pengaruh Kredibilitas Pada Nilai Iklan.....	49
2.10.5 Pengaruh Nilai Iklan Pada Keterikatan Tempat.....	50
2.10.6 Pengaruh Nilai Iklan Pada Niat Mengunjungi Destinasi.....	51

2.10.7 Pengaruh Keterikatan Tempat Pada Niat Mengunjungi.....	52
2.10.8 Pengaruh Positif Mediasi Keterikatan Tempat Antara Nilai Iklan Pada Niat Mengunjungi Destinasi.....	53
2.11 Model Penelitian.....	54
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
3.1 Desain Penelitian.....	55
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	56
3.2.1 Nilai Iklan.....	56
3.2.2 Keinformatifan.....	57
3.2.3 Hiburan.....	58
3.2.4 Iritasi.....	59
3.2.5 Kredibilitas.....	60
3.2.6 Keterikatan Tempat.....	60
3.2.7 Niat Mengunjungi Destinasi.....	63
3.3 Desain Sampel.....	64
3.3.1 Populasi dan Metode Penyampelan.....	64
3.3.2 Unit Sampel.....	65
3.3.3 Ukuran Sampel.....	65
3.4 Lokasi penelitian.....	67
3.5 Objek Penelitian.....	67
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	69
3.7 Pengujian Instrumen.....	71
3.7.1 Uji Validitas.....	71
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	72
3.8 Metode Analisis Data.....	74
3.8.1 Model Jalur.....	75
3.8.2 Model Pengukuran atau Outer Model.....	75
3.8.3 Model Struktural atau Inner Model.....	78
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>80</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	80
4.2 Evaluasi Outer Model atau Model Pengukuran.....	80
4.2.1 Uji Validitas.....	81
4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	81
4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	83
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.3 Profil Responden.....	87
4.4 Statistik Deskriptif.....	90

4.5 Evaluasi Inner Model atau Model Struktural.....	93
4.5.1 Uji Kolinearitas.....	94
4.5.2 Koefisien Jalur.....	95
4.5.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	96
4.5.4 Ukuran Pengaruh f <sup>2</sup> .....	97
4.5.5 Relevansi Prediktif Q <sup>2</sup> .....	99
4.6 Pengujian Hipotesis.....	100
4.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	105
4.7.1 Pengaruh Keinformatifan pada Nilai Iklan.....	105
4.7.2 Pengaruh Hiburan pada Nilai Iklan.....	106
4.7.3 Pengaruh Iritasi pada Nilai Iklan.....	107
4.7.4 Pengaruh Kredibilitas pada Nilai Iklan.....	108
4.7.5 Pengaruh Nilai Iklan pada Keterikatan Tempat.....	110
4.7.6 Pengaruh Nilai Iklan pada Niat Mengunjungi Destinasi.....	110
4.7.7 Pengaruh Keterikatan Tempat pada Niat Mengunjungi.....	111
4.7.8 Pengaruh Positif Mediasi Keterikatan Tempat antara Nilai Iklan pada Niat Mengunjungi Destinasi.....	112
<b>BAB 5 SIMPULAN.....</b>	<b>114</b>
5.1 Simpulan.....	114
5.2 Implikasi Manajerial.....	116
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	119
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>138</b>