

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
1.6 Keaslian Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran Digital.....	11
2.1.1 Pemasaran Digital di Industri Pariwisata.....	13
2.1.2 Pemasaran Digital di Desa Wisata.....	16
2.1.3 Pendekatan <i>Input-Proses-Output</i> dalam Model Pemasaran Digital...	19
2.2 Pemasaran Desa Wisata secara Digital sebagai Sebuah Interaksi Input-Proses-Output.....	20
2.3 Aktor (Mengidentifikasi Aktor/ Siapa, Siapa Melakukan Apa).....	22
2.4 Hipotesis.....	26
2.4.1 Keterkaitan antara Aktor, Teknologi Informasi, dan Peran.....	27
2.4.2 Keterkaitan antara Peran dan Produktivitas.....	28
2.4.3 Keterkaitan antara Inovasi, dan Produktivitas.....	30
2.4.4 Keterkaitan antara Aktor, Modal Finansial, dan Aturan Main.....	31
2.4.5 Keterkaitan antara Aturan Main, dan Capaian Hasil.....	32
2.4.6 Keterkaitan antara Aktor, Modal Pengetahuan, dan Kemitraan.....	33
2.4.7 Keterkaitan antara Kemitraan dan Produktivitas.....	34
2.4.8 Keterkaitan antara Teknologi Informasi, Modal Pengetahuan, dan Peran.....	34
2.4.9 Keterkaitan Aktor, Sumber Daya Alam. dan Kemitraan.....	35

2.4.10 Keterkaitan antara Kemitraan dan Capaian Hasil.....	37
2.4.11 Keterkaitan antara Kemitraan Aktor, Sumber Daya Alam, dan Aturan Main.....	38
2.4.12 Keterkaitan antara Produktivitas dan Efektivitas Aksi Pemasaran Digital.....	38
2.4.13 Keterkaitan antara Capaian Hasil dan Efektivitas Aksi Pemasaran Digital (<i>Output</i>).....	40
2.5 Kerangka Pemikiran.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampling.....	47
3.3 Jenis Data.....	59
3.4 Sumber Data.....	62
3.5 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.....	68
3.6 Uji Instrumen.....	68
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	71
3.8 Metode Analisis Data.....	74

BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

4.1 Konteks Provinsi DIY dan Provinsi Jawa Tengah sebagai Destinasi Pariwisata Nasional.....	77
4.1.1 Jumlah Wisatawan	78
4.1.2 Jumlah Desa Wisata	82
4.1.3 <i>Linkages</i> dan Pola Pergerakan Wisatawan	84
4.2 Gambaran Umum Desa	86
4.2.1 Desa Nglanggeran	86
4.2.2 Desa Bejiharjo	87
4.2.3 Desa Ponggok	89
4.3 Deskripsi Ketiga Desa Wisata	91
4.3.1 Desa Wisata Nglanggeran	92
4.3.2 Desa Wisata Bejiharjo	97
4.3.3 Desa Wisata Ponggok	102

BAB V PEMODELAN PEMASARAN DESA WISATA SECARA DIGITAL

5.1 Karakteristik Sosial dan Demografi Responden	107
5.2 Pemodelan Pemasaran Desa Wisata Secara Digital	109
5.2.1 Desa Wisata Nglanggeran	109
5.2.1.1 Evaluasi Model Pengukuran Nglanggeran	109



5.2.1.2	Evaluasi Model Struktural Nglanggeran	117
5.2.2	Desa Wisata Bejiharjo	133
5.2.2.1	Evaluasi Model Pengukuran Bejiharjo	133
5.2.2.2	Evaluasi Model Struktural Bejiharjo	139
5.2.3	Desa Wisata Ponggok	154
5.2.3.1	Evaluasi Model Pengukuran Ponggok	154
5.2.3.2	Evaluasi Model Struktural Ponggok	162
5.3	Temuan Penelitian	182

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	189
6.2	Saran	191

DAFTAR PUSTAKA	195
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	202
-----------------------	-----