

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Kebaruan Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Kerangka Teori.....	19
2.1.1. Celebrity Endorser	19
2.1.2. Minat Berkunjung Wisatawan.....	25
2.1.3. Celebrity Worship.....	28
2.1.4. Hubungan Antara Celebrity Endorser, Celebrity Worship, dan Minat Berkunjung.....	30
2.2. Konseptualisasi dan Diagram Konseptualisasi.....	31
2.3. Hipotesis Penelitian	32
BAB 3 METODOLOGI.....	34
3.1. Paradigma dan Jenis Penelitian	34
3.2. Metode Penelitian.....	34
3.3. Sampel (Subjek Penelitian)	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1. Pengumpulan Data Primer	37

3.4.2.	Pengumpulan Data Sekunder	39
3.5.	Teknik Pengolahan Data	39
3.5.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
3.5.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.6.	Uji Hipotesis.....	40
3.7.	Defenisi Operasional	41
3.8.	Limitasi Penelitian.....	45
BAB 4	TEMUAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1.	Deskripsi Data Responden	47
4.1.1.	Karakteristik Responden Penelitian Menurut Jenis Kelamin.....	47
4.1.2.	Karakteristik Responden Penelitian Menurut Usia	48
4.1.3.	Karakteristik Responden Penelitian Menurut Domisili	49
4.2.	Deskriptif Penelitian.....	51
4.2.1.	Celebrity Endorser	51
4.2.2.	Celebrity Worship	56
4.2.3.	Minat Kunjungan Wisatawan.....	60
4.3.	Hasil Analisis Data.....	63
4.3.1.	Analisis PLS.....	63
4.3.2.	Cornbach Alpha, Composite Reliability, dan AVE	66
4.3.3.	Discriminant Validity.....	67
4.4.	Model Struktural Inner Model.....	73
4.4.1.	Koefisien Determinasi/Koefisien Penentu (R^2)	74
4.4.2.	Effect Size (F^2).....	75
4.4.3.	Predictive Relevance (Q^2).....	76
4.5.	Uji Hipotesis.....	77
4.5.1.	Hasil Hipotesis Pengaruh Langsung	77
4.5.2.	Hipotesis Secara Tidak Langsung	78
4.6.	Hasil Temuan dan Pembahasan.....	80
4.6.1.	Celebrity Endorser Dalam Memengaruhi Minat Berkunjungan Wisatawan dan Sebagai Strategi Pemasaran Oleh Kabupaten Pesisir Barat	80
4.6.2.	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi dan Berhubungan Dengan Celebrity Endorser	83

BAB V PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Implikasi & Kebijakan	91
5.3. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102