

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Landasan Teori.....	28
2.2.1 Teori Stimuli-Organism-Response (S-O-R)	28
2.2.2 Wisatawan Generasi Z	29
2.2.3 Wisata Kuliner	30
2.2.4 Pengalaman Kuliner (<i>Culinary Experience</i>)	31

2.2.5	Pengalaman <i>Dinescape</i> (<i>Dinescape Experience</i>).....	33
2.2.6	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	35
2.2.7	Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (<i>Revisit Intention</i>)	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	43
3.2	Populasi dan Sampel	45
3.3	Metode Pengumpulan Data	47
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	51
3.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	53
3.6	Teknik Analisis Data.....	56
3.7	Pengujian Hipotesis.....	59
2.2	Metode Penyajian Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Profil Demografi Responden	62
4.2	Karakteristik Wisatawan Kuliner Generasi Z di Yogyakarta	65
4.3	Pengukuran <i>Outer Model</i>	71
4.3.1	Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan.....	71
4.3.2	Uji Reliabilitas	74
4.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	75
4.5	Pengujian Hipotesis.....	78
4.5.1	Pengaruh Pengalaman Kuliner terhadap Kepercayaan Wisatawan	79
4.5.2	Pengaruh Pengalaman Kuliner terhadap Niat Berkunjung Kembali	81
4.5.3	Pengaruh Pengalaman <i>Dinescape</i> terhadap Kepercayaan Wisatawan....	83

4.5.4	Pengaruh Pengalaman <i>Dinescape</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali ..	86
4.5.5	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Berkunjung Kembali	88
4.5.6	Peran Mediasi Variabel Kepercayaan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		105