

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| INTISARI | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Kebaharuan Penelitian | 5 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 6 |
| 2.1.1 Pengaruh 4A Terhadap Citra Merek | 6 |
| 2.1.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap <i>Brand Love</i> | 7 |
| 2.1.3 Pengaruh <i>Brand Love</i> Terhadap Loyalitas..... | 7 |
| 2.1.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas..... | 8 |
| 2.2 Landasan Teori | 8 |
| 2.2.1 Agrowisata..... | 8 |
| 2.2.2 Komponen Pariwisata..... | 9 |
| 2.2.3 Citra Merek..... | 12 |
| 2.2.4 <i>Brand Love</i> | 13 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.2.5 | Perilaku Konsumen Jasa | 14 |
| 2.2.6 | Loyalitas | 19 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 20 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian..... | 21 |
| III. | METODOLOGI PENELITIAN | 22 |
| 3.1 | Metode Dasar..... | 22 |
| 3.2 | Jenis dan Sumber Data | 22 |
| 3.3 | Metode Pengambilan Sampel..... | 23 |
| 3.3.1 | Lokasi dan Waktu Penelitian | 23 |
| 3.3.2 | Sampel Penelitian..... | 23 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan | 23 |
| 3.5 | Data Instrumen Penelitian | 24 |
| 3.6 | Definisi Variabel Penelitian | 24 |
| 3.7 | Pembatasan Masalah..... | 25 |
| 3.8 | Definisi Operasional Variabel | 25 |
| 3.9 | Metode Analisis Data | 27 |
| 3.9.1 | Analisis Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) .. | 27 |
| 3.9.2 | Analisis Pengaruh Atraksi terhadap Citra Merek..... | 29 |
| 3.9.3 | Analisis Pengaruh Aksesibilitas terhadap Citra Merek | 30 |
| 3.9.4 | Analisis Pengaruh Ancillary terhadap Citra Merek | 31 |
| 3.9.5 | Analisis Pengaruh Amenitas terhadap Citra Merek..... | 32 |
| 3.9.6 | Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Brand Love | 33 |
| 3.9.7 | Analisis Pengaruh Brand Love terhadap Loyalitas..... | 34 |
| 3.9.8 | Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas..... | 35 |
| 3.9.9 | Pengujian Instrumen Penelitian | 36 |
| 3.9.10 | Analisis Outer Model..... | 37 |

| | | |
|---|---|----|
| 3.9.11 | Analisis Inner Model | 37 |
| 3.9.12 | Pengujian Hipotesis | 38 |
| IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN..... 40 | | |
| 4.1 | Gambaran Umum Lokasi..... | 40 |
| 4.1.1 | Sejarah Pengembangan Kampung Coklat Blitar | 40 |
| 4.1.2 | Fasilitas Kampung Coklat | 40 |
| 4.1.3 | Jumlah Pengunjung Kampung Coklat Blitar..... | 42 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 42 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 42 |
| 4.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| 4.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 44 |
| 4.2.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 45 |
| 4.2.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan | 45 |
| 4.2.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 46 |
| 4.2.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 47 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN..... 49 | | |
| 5.1 | Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)..... | 49 |
| 5.1.1 | Uji Validitas Konvergen..... | 49 |
| 5.1.2 | Nilai Average Variance Extracted (AVE) | 50 |
| 5.1.3 | Validitas Diskriminan | 51 |
| 5.1.4 | Uji Reliabilitas | 56 |
| 5.2 | Pengujian Inner Model (Model Struktural)..... | 56 |
| 5.2.1` | Pengujian Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) | 56 |
| 5.2.2 | Nilai F ² | 57 |
| 5.3 | Analisis Uji Hipotesis (Metode Bootstrapping) | 58 |



| | | |
|-------|--|----|
| 5.3.1 | Nilai Direct Effects (Path Coefficients) | 58 |
| 5.3.2 | Nilai Specific Indirect Effects..... | 68 |
| 5.3.3 | Nilai Total Effects..... | 78 |
| VI. | PENUTUP | 85 |
| 6.1 | Kesimpulan | 85 |
| 6.2 | Saran | 85 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 86 |