

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	vi
ABSTRACT	vii
INTISARI.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah.....	2
1.3 Keaslian penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1. Landasan Teori	13
2.2.1 Model Filieri	13
2.2.2 Viral Marketing	14
2.2.3 Diseminasi.....	17
2.2.4 Pariwisata	18
2.2.5 <i>Website</i>	18
2.2.6 <i>Website</i> Disbudpar Kabupaten Bantul.....	19
2.2.7 Kualitas Informasi.....	23
2.2.8 Kualitas Layanan.....	24
2.2.9 Kualitas <i>Website</i> yang Dirasakan	25
2.2.10 Kepuasan Pengguna dengan Pengalaman Sebelumnya.....	25
2.2.11 Pengalaman dan Kemampuan Pengguna	25
2.2.12 Kepercayaan Pengguna Layanan <i>Website</i>	26
2.2.13 Adopsi Informasi	26
2.2.14 SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>).....	27
2.2. Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI.....	36
3.1 Alat dan Bahan.....	36
3.1.1 Alat.....	36
3.1.2 Bahan.....	37
3.1.3 Populasi dan Sampel	37
3.2 Jalannya Penelitian.....	38
3.3 Variabel Penelitian	40
3.3.1 Variabel Endogen	40

3.3.2	Variabel Eksogen.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	<i>Website</i> Disbudpar Kabupaten Bantul.....	44
4.2	Identifikasi Responden.....	45
4.2.1	Jenis Kelamin.....	47
4.2.2	Umur.....	47
4.2.3	Tingkat Pendidikan.....	48
4.2.4	Jumlah Media Sosial yang Dimiliki.....	49
4.3	Model Penelitian.....	50
4.4	Data Variabel Penelitian.....	51
4.4.1	<i>Information Quality</i>	51
4.4.2	<i>Service Quality</i>	53
4.4.3	<i>Perceived Website Quality</i>	54
4.4.4	<i>User Satisfaction with Previous Experiences</i>	56
4.4.5	<i>User Experience and Proficiency</i>	58
4.4.6	<i>Perceived Website Trust</i>	59
4.4.7	<i>Information Adoption</i>	60
4.4.8	<i>Viral Marketing</i>	62
4.5	Analisis Model.....	63
4.5.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
4.5.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
4.6	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	73
4.6.1	Pengujian Hipotesis H1.....	74
4.6.2	Pengujian Hipotesis H2.....	74
4.6.3	Pengujian Hipotesis H3.....	74
4.6.4	Pengujian Hipotesis H4.....	74
4.6.5	Pengujian Hipotesis H5.....	75
4.6.6	Pengujian Hipotesis H6.....	75
4.6.7	Pengujian Hipotesis H7.....	75
4.7	Pembahasan.....	75
4.7.1	Hipotesis 1 : <i>Information quality</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan <i>website</i> pariwisata.....	75
4.7.2	Hipotesis 2 : <i>Service quality</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan <i>website</i> pariwisata.....	76
4.7.3	Hipotesis 3 : <i>Perceived website quality</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan <i>website</i> pariwisata.....	77
4.7.4	Hipotesis 4 : <i>Satisfaction with previous experience</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan <i>website</i> pariwisata.....	77
4.7.5	Hipotesis 5 : <i>User experience and proficiency</i> berpengaruh positif terhadap kepercayaan <i>website</i> pariwisata.....	79
4.7.6	Hipotesis 6 : Kepercayaan terhadap <i>website</i> pariwisata berpengaruh positif terhadap adopsi informasi.....	80
4.7.7	Hipotesis 7 : Kepercayaan terhadap <i>website</i> pariwisata berpengaruh positif terhadap <i>viral marketing</i>	81
4.8	Rangkuman Pembahasan.....	82
4.9	Keterbatasan Penelitian.....	83

4.10	Rekomendasi.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		L-1
LAMPIRAN.....		L-6