

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR	
GAMBAR	xx
iii	
DAFTAR	
LAMPIRAN.....	xx
iv	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1. Identifikasi Masalah	13
1.2.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1. Maksud Penelitian	15
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	16
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	16
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
1.5.1. Lokasi Penelitian	17
1.5.2. Waktu Penelitian	17

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERJA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS	18
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 <i>City Branding</i>	18
2.1.1.1 Pengertian <i>City Branding</i>	18
2.1.1.2 Kriteria <i>City Branding</i>	19
2.1.1.3 Tujuan <i>City Branding</i>	21
2.1.1.4 Faktor-Faktor <i>City Branding</i>	22
2.1.1.5 Indikator <i>City Branding</i>	23
2.1.2 <i>City Image</i>	25
2.1.2.1 Pengertian <i>City Image</i>	25
2.1.2.2 Model Pembentuk <i>City Image</i>	26
2.1.2.3 Indikator <i>City Image</i>	27
2.1.3 Keputusan Berkunjung	27
2.1.3.1 Konsep Keputusan Berkunjung.....	27
2.1.3.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3.3 Faktor yang Keputusan Pembelian.....	29
2.1.3.4 Pengertian Keputusan Berkunjung.....	30
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian/Berkunjung	31
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Pemikiran	42
2.2.1 Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap <i>City Image</i>	43
2.2.2 Pengaruh <i>City Branding</i> pada Keputusan Berkunjung.....	44
2.2.3 Pengaruh <i>City Image</i> terhadap Keputusan	44
2.2.4 Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh <i>City Image</i>	45
2.3 Paradigma.....	46
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Objek Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.2.1 Desain Penelitian	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	51

3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	54
3.2.3.1	Sumber Data	54
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data	55
3.2.3.3	Teknik Pengumpulan Data	57
3.2.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	58
3.2.4.1	Uji Validitas	58
3.2.4.2	Uji Reliabilitas	61
3.2.5	Uji MSI	64
3.2.6	Rancangan Analisis	65
3.2.6.1	Analisis Deskriptif (Kualitatif)	65
3.2.6.2	Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	66
3.2.6.3	Pengujian Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Gambaran Umum	75
4.1.1	Sejarah Belitung	75
4.1.2	Visi & Misi Kabupaten Belitung	76
4.1.3	Letak Geografis Kabupaten Belitung	77
4.1.4	Filosofi Let's Go Belitung	78
4.2	Karakteristik Responden	79
4.2.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia	80
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan Asal Kota Wisatawan	82
4.2.4	Apakah Anda penduduk asli Belitung	82
4.2.5	Anda mengetahui tagline " <i>Let's Go Belitung</i> "	83
4.2.6	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	84
4.2.7	Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan	85
4.2.8	Karakteristik responden berdasarkan Wisata apa yang di kunjungi di Belitung	86
4.2.9	Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi mengunjungi Belitung	87
4.3	Analisis Deskriptif	88

4.3.1	Analisis Deskriptif <i>City Branding</i> Pantai Tanjung Tinggi Belitung	89
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>City Image</i> Pantai Tanjung Tinggi Belitung	97
4.3.3	Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung wisatawan Pantai Tanjung Tinggi Belitung	102
4.4	Analisis Verifikatif	108
4.4.1	Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap <i>City Image</i> pada Pengunjung Pantai Tanjung Tinggi Belitung (Sub Struktur Pertama).....	110
4.4.1.1	Pengujian Hipotesis <i>City Branding</i> Terhadap <i>City Image</i> (Struktur Pertama)	112
4.4.2	Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung melalui <i>City Image</i> pada Wisata Pantai Tanjung Tinggi Belitung	114
4.4.2.1	Besaran Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	116
4.4.2.2	Pengujian Hipotesis <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung Melalui <i>City Image</i> pada Wisata Pantai Tanjung Tinggi Belitung	118

4.4.2.3	Pengujian Hipotesis <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung Melalui <i>City Image</i> pada Wisata Pantai Tanjung Tinggi Belitung	12
	1	
4.4.3	Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui <i>City Image</i> pada Wisata Pantai Tanjung Tinggi Belitung	12
	5	
4.4.3.1	Pengujian Hipotesis Intervening X terhadap Y melalui Z	12
	7	
BAB	V	KESIMPULAN DAN SARAN.....
		12
		9
5.1	Kesimpulan.....	12
	9	
5.2	Saran.....	13
	0	
DAFTAR		
PUSTAKA.....		13
4		
LAMPIRAN		

