

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori.....	13

2.1.1 <i>Branding</i> /Merek.....	13
2.1.2 <i>Village Branding</i>	16
2.1.3 <i>Costumer Relationship Management (CRM)</i>	18
2.1.4 Desa Wisata.....	22
2.1.5 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).....	23
2.1.6 Seni Lokal.....	25
2.2 Literatur Review.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3. 1 Metode Penelitian.....	42
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.1.2 Jenis Penelitian.....	43
3.1.3 Prosedur Penelitian.....	44
3.1.4 Informasi Penelitian.....	46
3.1.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	49
3.1.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.1.7 Limitasi Penelitian.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Kampung Pelamgi.....	56
4.2 Struktur Organisasi Desa.....	63
4.3 Penyajian Data.....	64
4.4 Proposisi.....	82
BAB V PEMBAHASAN.....	88

5.1 Strategi <i>Branding</i> Kampung Pelangi Sonorejo.....	88
5.2 <i>Village Branding</i> dalam Pengembangan UMKM.....	92
5.3 Revitalisasi dan Inovasi Seni Budaya dan Desa Wisata.....	95
5.4 <i>Costumer Relationship Management</i> (CRM) dalam Pengembangan <i>Branding</i> Kampung Pelangi Desa Sonorejo Kediri.....	114
5.5 Keberhasilan <i>Branding</i> Desa Didukung oleh Kolaborasi dengan <i>Stakeholder</i>	119
5.6 <i>Branding</i> Kampung Pelangi Berhasil Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Serta Memperluas Jejaring Promosi Desa.....	120
5.7 Tantangan dan Strategi dalam Proses <i>Branding</i>	121
BAB VI PENUTUP.....	126
6.1 Kesimpulan.....	126
6.2 Saran.....	128
6.2.1 Teoritis.....	128
6.2.2 Praktis.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 (Literatur <i>Review</i>).....	27
Tabel 3.1 (Informan Penelitian).....	49
Tabel 4.1 (Pemaknaan Mengenai <i>Branding</i>).....	63
Tabel 4.2 (Seberapa Dikenal Merek).....	67
Tabel 4.3 (Citra Merek Dibenak Orang).....	70
Tabel 4.4 (Anggapan Orang Tentang Kualitas).....	73
Tabel 4.5 (Kesetiaan Pelanggan Terhadap Merek).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Pintu Masuk Desa Kampung Pelangi.....	56
Gambar 2 : Logo Kampung Pelangi atau Desa Sonorejo.....	57
Gambar 3 : Denah Lokasi Desa Sonorejo.....	58
Gambar 4 : Kantor Balai Desa Sonorejo.....	58
Gambar 5 : Lokasi Expo Budaya.....	58
Gambar 6 : Wisata Sendang.....	60
Gambar 7 : Penginapan dan danau.....	61
Gambar 8 : Petunjuk Arah.....	61
Gambar 9 : Struktur Organisasi Desa.....	63
Gambar 10 : Expo Bazar.....	87
Gambar 11 : UMKM.....	91
Gambar 12 : Pertunjukan Seni Budaya.....	94
Gambar 13 : Desa wisata.....	97
Gambar 14 : Sumber Mata Air Sendang Kantil.....	99
Gambar 15 : Sumber Mata Air Sendang Kencono.....	101
Gambar 16 : Sumber Mata Air Sendang Drajad.....	102
Gambar 17 : Sumber Kolam Pemandian.....	103
Gambar 18 : Danau Wahana Air dan Pemancingan.....	105
Gambar 19 : Wahana Bermain.....	107
Gambar 20 : Musium Keris.....	108
Gambar 21 : Kolam Renang.....	110
Gambar 22 : Penginapan Segitiga.....	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Pedoman Wawancara).....	136
Lampiran 2 (Transkrip Wawancara).....	138
Lampiran 3 (Surat ijin Penelitian).....	178
Lampiran 4 (<i>Informed Consent</i>).....	179
Lampiran 5 (Dokumentasi Penelitian).....	187
Lampiran 6 (Dokumentasi Wawancara).....	189
Lampiran 7 (Kartu Bimbingan).....	191
Lampiran 8 (Biodata Penulis).....	193