

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Kajian Konsep dan Teori .....	15
1. <i>City Branding</i> .....	15
a. Pengertian <i>City Branding</i> .....	15
b. Kriteria <i>City Branding</i> .....	17
c. Keuntungan Penerapan <i>City Branding</i> .....	18

d. <i>City Branding Hexagon</i> .....	20
2. <i>Brand Image</i> .....	21
a. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	21
b. Cara Membangun Merek yang Kuat .....	25
c. Komponen <i>Brand Image</i> .....	26
3. Keputusan Berkunjung.....	28
a. Pengertian Keputusan Berkunjung .....	28
b. Macam-macam Keputusan .....	29
c. Tahap Pengambilan Keputusan Berkunjung .....	30
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	32
B. Kajian Penelitian yang Relevan .....	37
C. Kerangka Konseptual .....	44
D. Hipotesis Penelitian .....	46

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
1. Pendekatan Penelitian .....	48
2. Jenis Penelitian.....	49
B. Populasi, <i>Sampling</i> dan Sampel .....	49
1. Populasi.....	49
2. <i>Sampling</i> dan Sampel.....	49
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	52
1. Sumber Data.....	52
2. Variabel.....	52
3. Skala Pengukuran.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	54
E. Analisis Data .....	58

<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Deskripsi Data.....	65
	B. Hasil Uji Analisis .....	74
<b>BAB V</b>	<b>: HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	111
	B. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	113
	C. Pengaruh <i>City Branding</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Berkunjung .....	116
<b>BAB VI</b>	<b>: PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	118
	B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA .....		121
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Makam Bung Karno Blitar.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
3.1 Pengukuran Indikator Variabel .....	54
3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	56
4.1 Usia Responden.....	69
4.2 Jenis Kelamin Responden .....	69
4.3 Daerah Asal Responden .....	70
4.4 Kepentingan Responden Berada di Blitar .....	72
4.5 Sumber Pengetahuan Responden Mengenai <i>Tagline “Amazing Blitar”</i> .....	72
4.6 Pekerjaan Responden .....	73
4.7 Data Penelitian.....	74
4.8 <i>Frequency City Branding</i> .....	78
4.9 <i>City Branding 1</i> .....	80
4.10 <i>City Branding 2</i> .....	80
4.11 <i>City Branding 3</i> .....	81
4.12 <i>City Branding 4</i> .....	81
4.13 <i>City Branding 5</i> .....	82
4.14 <i>City Branding 6</i> .....	83
4.15 <i>City Branding 7</i> .....	83
4.16 <i>City Branding 8</i> .....	84
4.17 <i>City Branding 9</i> .....	84
4.18 <i>City Branding 10</i> .....	85
4.19 <i>City Branding 11</i> .....	86
4.20 <i>City Branding 12</i> .....	86
4.21 <i>Frequency Brand Image</i> .....	87
4.22 <i>Brand Image 1</i> .....	88
4.23 <i>Brand Image 2</i> .....	88
4.24 <i>Brand Image 3</i> .....	89

4.25 <i>Brand Image</i> 4.....	90
4.26 <i>Brand Image</i> 5.....	90
4.27 <i>Brand Image</i> 6.....	91
4.28 <i>Frequency</i> Keputusan Berkunjung.....	91
4.29 Keputusan Berkunjung 1.....	92
4.30 Keputusan Berkunjung 2.....	93
4.31 Keputusan Berkunjung 3.....	94
4.32 Keputusan Berkunjung 4.....	95
4.33 Keputusan Berkunjung 5.....	95
4.34 Keputusan Berkunjung 6.....	96
4.35 Keputusan Berkunjung 7.....	97
4.36 Keputusan Berkunjung 8.....	97
4.37 Keputusan Berkunjung 9.....	98
4.38 Keputusan Berkunjung 10.....	99
4.39 Hasil Uji Validitas Variabel <i>City Branding</i> .....	100
4.40 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	101
4.41 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung.....	101
4.42 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>City Branding</i> .....	102
4.43 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	103
4.44 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung .....	103
4.45 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	104
4.46 Hasil Uji Multikolinieritas .....	105
4.47 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	107
4.48 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	108
4.49 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	109
4.50 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Kerangka Berpikir.....	45
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Kuesioner
- Lampiran 2: Hasil Uji Validitas Data
- Lampiran 3: Hasil Uji Reliabilitas Data
- Lampiran 4: Tabulasi Data
- Lampiran 5: Tabel t
- Lampiran 6: Tabel F
- Lampiran 7: Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 8: Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 9: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 10: Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11: *Branding* Kota Blitar
- Lampiran 12: Dokumentasi Penelitian