

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN MOTO PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Skripsi.....	11
2.1.2 Jurnal Nasional	15
2.1.3 Jurnal Internasional	19
2.2 Tinjauan Pustaka	23
2.2.1 Definisi Pariwisata	23
2.2.2 Komunikasi Pariwisata.....	24
2.2.3 <i>City Branding</i>	29

2.2.4	<i>City Image</i>	34
2.2.5	Keputusan Berkunjung.....	34
2.2.6	Pengaruh City Branding terhadap city image Dan Keputusan Berkunjung.....	36
2.2.7	Wisatawan	38
2.2.8	Pemuda.....	40
2.3	Kerangka Pemikiran.....	40
2.4	Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III		43
METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Operasional Variabel.....	43
3.2.2	Skala Pengukuran.....	50
3.3	Populasi dan Sampel	51
3.3.1	Populasi	51
3.3.2	Sampel	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	55
3.5.1	Uji Validitas	55
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	57
3.6	Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1	Analisis Data Multivariat	59
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	59
3.6.3	Analisis Linear Berganda	59
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	60
3.6.5	Koefisien Korelasi	61
BAB IV		62
PEMBAHASAN		62
4.1	Karakteristik Responden.....	62
4.1.1	Rentang Umur.....	62
4.1.2	Jenis Kelamin	63

4.1.3	Jenis Pekerjaan	64
4.1.4	Jumlah Berwisata.....	65
4.1.5	Asal Daerah	66
4.1.6	Pernah Mengunjungi Purwakarta	67
4.2	Analisis <i>City Branding</i> (Variabel X)	68
4.2.1	<i>Nature</i>	68
4.2.2	<i>Business Opportunity</i>	72
4.2.3	<i>Transport</i>	75
4.2.4	<i>Cultural Activites</i>	78
4.2.5	<i>Social Bonding</i>	81
4.2.6	Total Penilaian Responden Terhadap <i>City Branding</i> (X).....	84
4.3	Analisis <i>City Image</i> (Variabel Y1)	85
4.3.1	<i>Afektif</i>	85
4.3.2	<i>Evaluative</i>	87
4.3.3	<i>Behavioural</i>	90
4.3.4	Total Penilaian Responden Terhadap <i>City Image</i> (Y1).....	92
4.4	Analisis Keputusan Berkunjung (Variabel Y2)	93
4.4.1	<i>Pre-Decision</i>	93
4.4.2	<i>Decision</i>	98
4.4.3	<i>Post-Purchase</i>	101
4.4.4	<i>Evaluation</i>	104
4.4.5	Total Penilaian Responden Terhadap Keputusan Berkunjung	106
4.5	Uji Asumsi Klasik	107
4.5.1	Analisis Regresi Linear	107
4.6	Uji Koefisien Korelasi	108
4.7	Uji Asumsi Klasik	110
4.7.1	Analisis Regresi Linear	110
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
BAB V.....		113
SIMPULAN DAN SARAN.....		113
5.1	<u> </u> Simpulan	113

5.1.1	Pengaruh Program <i>City Branding</i> “Purwakarta Istimewa Terhadap <i>City Image</i> Kabupaten Purwakarta dan Keputusan Berkunjung	113
5.1.2	Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>City Branding</i> “Purwakarta Istimewa”	114
5.1.3	Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>City Image</i> Kabupaten Purwakarta	115
5.1.4	Tanggapan Responden Terkait Variabel Keputusan Berkunjung	116
5.2	Saran.....	116
5.2.1	Saran Akademis	116
5.2.2	Saran Praktis.....	116
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		120