

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	10
1.3 Fokus Penelitian	10
1.3.1 Manfaat Teoritis	10
1.3.2 Manfaat Praktis.....	10
1.4 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Strategi	12
2.2 <i>Branding</i>	13
2.3 <i>City Branding</i>	14
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.4.1 Jurnal Nasional	23
2.4.2 Jurnal Internasional	29
2.5 Kerangka Pemikiran.....	35

BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Paradigma Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3.1 Subjek Penelitian	37
3.3.2 Objek Penelitian	38
3.4 Unit Analisis Penelitian	38
3.5 Informan Penelitian.....	41
3.6 Lokasi Penelitian	44
3.7 Metode Pengumpulan Data	45
3.7.1 Data Primer	45
3.7.2 Data Sekunder.....	46
3.8 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	46
3.8.1 Metode Analisis	46
3.8.2 Penjagaan Keabsahan Data	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Informan penelitian	49
4.2 Hasil Wawancara	51
4.2.1 Kriteria <i>City branding</i> Bali “The Island of Gods”	52
4.2.2 Strategi <i>City Branding</i> Bali “The Island of Gods” Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19.....	60
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Kriteria <i>City branding</i> Bali “The Island of Gods”	70
4.3.2 Strategi <i>City Branding</i> Bali “The Island of Gods” Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19.....	78
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	93

5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran	93
5.2.1	Saran Akademis.....	93
5.2.2	Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		99