

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Pemasaran Tempat ( <i>Place Marketing</i> ) .....	13

2.1.4 Pengertian Pariwisata ( <i>Tourism</i> ).....	14
2.1.5 Pengertian Wisatawan ( <i>Tourist</i> ).....	16
2.1.6 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	18
2.1.7 Produk .....	20
2.1.7.1 Pengertian Produk .....	20
2.1.7.2 Tingkatan Produk.....	21
2.1.7.3 Klasifikasi Produk.....	21
2.1.7.4 Atribut Produk.....	22
2.1.8 Merek.....	24
2.1.8.1 Pengertian Merek .....	24
2.1.8.2 Tingkatan Merek .....	26
2.1.8.3 Manfaat merek .....	27
2.1.9 Pengertian <i>City branding</i> .....	29
2.1.9.1 Faktor-faktor <i>Branding</i> dan Pemasaran Tempat.....	30
2.1.9.2 Teknik <i>Branding</i> Kota .....	30
2.1.9.3 Kerangka Kerja <i>Brand</i> Kota .....	32
2.1.9.4 Dimensi <i>City branding</i> .....	33
2.1.10 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	34
2.1.11 Bauran Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	35
2.1.12 Citra Kota ( <i>City Image</i> ).....	37
2.1.13 Dimensi <i>City Image</i> .....	39
2.1.14 Hubungan antara <i>City Branding</i> dengan <i>City Image</i> .....	39

2.1.15 Penelitian Terdahulu.....	40
2.2 Kerangka Pemikiran .....	41
2.3 Hipotesis .....	44
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Objek Penelitian .....	45
3.1.1 Gambaran Umum Kota Bandung .....	46
3.1.2 Struktur Organisasi Pemerintah Kota Bandung.....	48
3.1.3 Visi dan Misi Kota Bandung .....	49
3.2 Metode Penelitian .....	52
3.2.1 Metode yang Digunakan .....	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	58
3.2.3.1 Populasi .....	58
3.2.3.2 Sampel.....	58
3.2.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	60
3.2.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.2.4.1 Jenis Data .....	61
3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis .....	64
3.2.5.1 Uji Validitas .....	65
3.2.5.2 Uji Reliabilitas Kuesioner .....	66
3.2.5.3 Uji Normalitas Kuesioner .....	66

3.2.5.4 Transformasi Data dengan <i>Methods of Successive Interval</i> (MSI) .....	67
3.2.5.5 Koefisien Korelasi.....	68
3.2.5.6 Regresi Linear Sederhana .....	69
3.2.5.7 Pengujian Hipotesis (Uji-t) .....	70
3.2.5.8 Koefisien Determinasi.....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1 Hasil Pengujian Instrumen.....	73
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	73
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
4.1.3 Uji Normalitas .....	76
4.1.4 Karakteristik Responden.....	78
4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Wisata yang Disukai .....	79
4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Partnet</i> Berkunjung	80
4.1.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung..	81
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan Mengenai <i>City Branding</i> di Kota Bandung.....	83
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Mengetahui Visi Kota Bandung	83
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Kontribusi Kota Bandung dalam Sejarah Indonesia .....	84

4.2.3	Tanggapan Responden Bahwa Warga Bandung Menjaga dan Melestarikan Fasilitas dan Tempat Wisata di Kota Bandung .....	85
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Sudah Memiliki Penataan Kota yang Baik .....	86
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung adalah Kota yang Nyaman dan Memiliki Cuaca yang Baik.....	87
4.2.6	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Menawarkan Kesempatan untuk Mengembangkan Bisnis Pariwisata.....	88
4.2.7	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Menawarkan tempat/ <i>spot</i> Menarik untuk Dikunjungi (Wisata alam, buatan, dan budaya) .....	89
4.2.8	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Memiliki Nuasa Gaya Hidup yang Modern.....	91
4.2.9	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Memiliki Banyak Aktivitas Seni-Budaya Tradisional Menarik yang Dapat Ditemui .....	92
4.2.10	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Penduduk Kota Bandung Bersikap Ramah dan Terbuka.....	94
4.2.11	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Memberikan Keamanan yang Terjamin.....	95

4.2.12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Fasilitas Kesehatan, Penginapan/Hotel, Keuangan serta Akomodasi Lainnya di Kota Bandung .....	97
4.2.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Infrastruktur Trasportasi Umum di kota Bandung .....	98
4.2.14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Infrastruktur Telekomunikasi di Kota Bandung.....	99
4.2.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Tempat Wisata di Kota Bandung Memberikan Harga yang Wajar untuk Berbelanja Wisata (Penginapan, Trasnsportasi, Tiket Wisata, Makan, dan Lain-lain) .....	100
4.2.16	Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>City Branding</i> kota Bandung.....	101
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan Mengenai <i>City Image</i> di Kota Bandung.....	105
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mengetahui Tempat-tempat Wisata di Kota Bandung.....	105
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Pemerintah Kota Bandung Telah Mempromosikan Tempat Wisata dengan Baik....	106
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mengetahui Program Pemerintah untuk Menunjang Pariwisata di Kota Bandung.....	108

4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Perasaan Senang Berwisata di Kota Bandung .....	111
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Tempat Wisata di Kota Bandung Menarik.....	113
4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Berminat untuk Mengunjungi Kembali .....	114
4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Akan Merekomendasikan Kota Bandung pada Orang Lain .....	115
4.3.8	Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>City Image</i> kota Bandung .....	116
4.4	Pembahasan Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap <i>City Image</i> di Kota Bandung.....	118
4.4.1	Analisis Koefisien Korelasi .....	118
4.4.2	Koefisien Regresi Linier Sederhana .....	120
4.4.3	Pengujian Hipotesis (Uji-t).....	121
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi .....	123
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	124
5.2	Saran .....	125
DAFTAR PUSTAKA .....		128
DAFTAR LAMPIRAN		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Tanggapan Responden Mengenai Penilaian Berwisata di Kota Bandung .....	2
Gambar 1.2 Contoh Penggunaan <i>Personal Branding</i> yang Digunakan pada saat Berkampanye .....	5
Gambar 1.3 Logo Bandung Juara .....	6
Gambar 1.4 Diagram Tanggapan Responden Mengenai <i>Positioning</i> Kota Bandung .....	7
Gambar 1.5 Diagram Tanggapan Responden Mengenai Julukan Kota Bandung .....	8
Gambar 2.1 Enam Area Aktivitas untuk Citra Tempat .....	38
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	43
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian .....	44
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pemerintah Kota Bandung .....	49
Gambar 3.2 Kurva Uji T Dua Pihak .....	72
Gambar 4.1 Diagram <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Usia .....	79
Gambar 4.2 Diagram <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Jenis Wisata yang Disukai .....	80
Gambar 4.3 Diagram <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan <i>Partner</i> Berkunjung .....	81



Gambar 4.4 Diagram <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung.....	82
Gambar 4.5 Garis Kontinum Mengenai <i>City Branding</i> .....	104
Gambar 4.6 Garis Kontinum Mengenai <i>City Image</i> .....	118
Gambar 4.7 Kurva Uji T Dua Pihak <i>City Branding</i> dengan <i>City Image</i> ...	122



xviii

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Tempat Wisata Terpopuler 2014.....	1
Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara .....	3
Tabel 2.1 Sumber <i>Brand Personality</i> Tempat.....	31
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	40

Tabel 3.1 Daftar WaliKota Bandung .....	48
Tabel 3.2 Arti Visi Kota Bandung .....	50
Tabel 3.3 Misi Kota Bandung Tabel .....	51
Tabel 3.4 Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.5 Skala Likert.....	63
Tabel 3.6 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi ....	69
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X ( <i>City Branding</i> ).....	74
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y ( <i>City Image</i> ).....	75
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Mengetahui Visi Kota Bandung .....	83
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kontribusi Kota Bandung dalam Sejarah Indonesia.....	84
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Bahwa Warga Bandung Menjaga dan Melestarikan Fasilitas dan Tempat Wisata di Kota Bandung.....	85
	xiii
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Sudah Memiliki Penataan Kota yang Baik.....	86
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung adalah Kota yang Nyaman dan Memiliki Cuaca yang Baik .....	87
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Menawarkan Kesempatan untuk Mengembangkan Bisnis Pariwisata....	89

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Menawarkan tempat/ <i>spot</i> Menarik untuk Dikunjungi (wisata alam, buatan, dan budaya).....	90
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung memiliki Nuansa Gaya Hidup yang Modern .....	91
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Memiliki Banyak Aktivitas Seni-Budaya Tradisional Menarik yang Dapat Ditemui.....	93
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Penduduk Kota Bandung Bersikap Ramah dan Terbuka .....	94
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kota Bandung Memberikan Keamanan yang Terjamin .....	96
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Fasilitas Kesehatan, Penginapan/Hotel, Keuangan serta Akomodasi Lainnya di Kota Bandung .....	97
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Infrastruktur Trasportasi Umum di Kota Bandung .....	98
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Lengkapnya Infrastruktur Telekomunikasi di Kota Bandung .....	99
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Tempat Wisata di Kota Bandung Memberikan Harga yang Wajar untuk Berbelanja Wisata (Penginapan, Trasnsportasi, Tiket Wisata, Makan, dan Lain-lain).....	100
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap <i>City Branding</i> kota Bandung .....	102

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mengetahui Tempat-tempat Wisata di Kota Bandung .....	105
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pemerintah Kota Bandung Telah Mempromosikan Tempat Wisata dengan Baik .....	106
Tabel 4.23 Jumlah <i>Viewers</i> Youtube untuk Kategori Tempat-tempat Wisata di Indonesia .....	107
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Mengetahui Program Pemerintah untuk Menunjang Pariwisata di Kota Bandung.....	109
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Perasaan Senang Berwisata di Kota Bandung.....	111
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Tempat Wisata di Kota Bandung Menarik.....	113
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Berminat untuk Mengunjungi Kembali.....	114
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Akan Merekomendasikan Kota Bandung pada Orang Lain .....	115
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap <i>City Image</i> kota Bandung.....	116
Tabel 4.30 Koefisien Korelasi.....	119
Tabel 4.31 Koefisien Korelasi dan Tingkat Hubungan.....	119
Tabel 4.32 Hasil Regresi Linier Sederhana dan Uji t.....	120

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survey, Kuesioner dan Hasil Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Pengolahan Data (*Output SPSS 21*)

Lampiran 3 SK Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 Fotocopy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian Pelaksanaan Penelitian, Data Kunjungan

Wisatawan 2010-2014

Lampiran 6 Riwayat Hidup

