

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kosep <i>City Branding</i> dan Citra Kota dalam Pemasaran Pariwisata.....	9
2.1.2 Konsep <i>City Branding</i>	13
2.1.2.1 Definisi <i>City Branding</i>	13
2.1.2.2 Dimensi <i>City Branding</i>	15
2.1.2.3 Model <i>City Branding</i>	16
2.1.3 Konsep Citra.....	17
2.1.3.1 Definisi Citra.....	17
2.1.3.2 Dimensi Citra.....	18
2.1.4 Konsep Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	21
2.1.4.1 Pengertian Pariwisata.....	21
2.1.4.2 Produk Pariwisata.....	25
2.1.4.3 Destinasi Pariwisata.....	26

2.1.4.4 Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4.5 Definisi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.6 Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
2.1.4.8 Keputusan Mengunjungi Destinasi Pariwisata.....	33
2.1.5 Teori Penghubung.....	34
2.1.5.1 Teori Penghubung <i>City Branding</i> terhadap Citra Kota.....	34
2.1.5.2 Teori Penghubung <i>City Branding</i> terhadap Keputusan berkunjung wisatawan.....	34
2.1.5.3 Teori Penghubung Citra Kota terhadap Keputusan berkunjung Wisatawan.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35.
2.3 Hipotesis Penelitian.....	41.
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan.....	44
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2.1.2 Metode yang Digunakan.....	44
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.2.4.1 Populasi.....	51
3.2.4.2 Sampel.....	52
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.2.6.1 Uji Validitas.....	54
3.2.6.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	59

3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.2.7.2 Analisi Verifikatif.....	60
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	61
3.2.8.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Profil Kota Batam.....	65
4.1.1 Sejarah Kota Batam.....	65
4.1.3 Keadaan Geografis Kota Batam.....	65
4.1.4 Visi dan Misi Kota Batam.....	66
4.1.5 Pemerintahan Kota Batam.....	67
4.1.6 Lambang Kota Batam.....	68
4.1.7 Destinasi Wisata Kota Batam.....	69
4.1.8 Identitas Responden.....	72
4.1.5.1 Karakteristik Responden.....	72
4.1.5.2 Pengalaman Responden.....	74
4.2 Analisis Deskriptif.....	76
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>City Branding</i>	77
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Presence</i>	77
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Place</i>	78
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Prequisite</i>	79
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>The People</i>	80
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Pulse</i>	81
4.2.1.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Potential</i>	82
4.2.1.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>City Branding</i>	83
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Kota Batam.....	83
4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Path Ways</i>	84
4.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Edge</i>	85
4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>District</i>	86
4.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Nodes</i>	87
4.2.2.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Landmark</i>	88

4.2.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Citra Kota Batam.....	89
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung.....	90
4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Time and Cost Constraints</i>	90
4.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Past and Travel Experience</i>	91
4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Safety and Health</i>	92
4.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Available Information</i>	93
4.2.2.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Type and Range of Travel</i>	93
4.2.2.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Attractions and Amenities of Destination</i>	94
4.2.2.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Travel Agent</i>	95
4.2.2.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Recommendations by Friends</i>	96
4.2.2.9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Advertising</i>	97
4.2.2.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>Personal Taste</i>	98
4.2.2.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung.....	99
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	101
4.3.1 Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Citra Kota Batam.....	101
4.3.2 Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ke Kota Batam.....	103
4.3.3 Pengaruh Citra Kota Batam Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ke Kota Batam.....	105
4.4 Pembahasan Pengaruh City Branding (X) untuk Meningkatkan Citra Kota (Y) serta Implikasinya terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Z).....	110
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 KESIMPULAN.....	112
5.2 SARAN.....	115
 DAFTAR PUSTAKA.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Pariwisata Menurut Para Ahli.....	22
Tabel 2.2 Istilah Dan Pengertian Dalam Kepariwisataaan.....	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	45
Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	51
Tabel 3.3 Teknik Pengumpulan Data Dan Sumber Data.....	54
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Keadaan Geografik Kota Batam.....	66
Tabel 4.2 Visi Dan Misi Kota Batam.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Negara Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	73
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	74
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Datang Ke Kota Batam Bersama Siapa Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	74
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Ke Kota Batam Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	75
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kota Batam Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Presence</i>	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Place</i>	79
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Prequisite</i>	80
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai <i>The People</i>	81

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Pulse</i>	81
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>The Potential</i>	82
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>City Branding</i>	83
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai <i>Path Ways</i>	84
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai <i>Edge</i>	85
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai <i>District</i>	86
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai <i>Nodes</i>	87
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai <i>Landmark</i>	88
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Citra Kota Batam.....	89
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai <i>Time And Cost Constrains</i>	90
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai <i>Past And Travel Experience</i>	91
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai <i>Safety And Health</i>	92
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai <i>Available Information</i>	93
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai <i>Type And Range Of Travel</i>	93
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai <i>Attractions And Amenities Of Destination</i>	94
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai <i>Travel Agent</i>	95
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai <i>Recommendations By Friends</i>	96
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai <i>Advertising</i>	97
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai <i>Personal Taste</i>	98
Tabel 4.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung.....	99
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Citra Kota Batam.....	101
Tabel 4.34 Koefisien Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Citra Kota Batam.....	102
Tabel 4.35 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam.....	103
Tabel 4.36 Koefisien Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam.....	104
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Citra Kota Batam Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam.....	106

Tabel 4.38 Koefisien Pengaruh Citra Kota Batam Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam.....	107
---	-----

Tabel 4.39 Dekomposisi Pengaruh Antar Variabel City Branding (X), Citra Kota (Y), Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Z).....	109
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Ekonomi Kota Batam Tahun 2013.....	2
Gambar 1.2 Pendapatan Pajak Kota Batam.....	3
Gambar 1.3 Penerimaan Devisa Kota Batam.....	4
Gambar 1.4 Penerimaan Devisa Dari Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam.....	5
Gambar 1.5 Jumlah Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Ke Kota Batam.....	6
Gambar 1.6 Asal Negara Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Ke Kota Batam.....	6
Gambar 2.1 <i>City Branding</i> Hexagon.....	16
Gambar 2.2 Model Of Consumer Behaviour.....	27
Gambar 2.3 Five Stage Of The Consumer Buying Process.....	28
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 2.5 Paradigma Pengaruh City Branding Terhadap Citra Kota Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Batam.....	41
Gambar 3.1 Struktur Kausal Antara X Terhadap Y Serta Implikasinya Terhadap Z.....	63
Gambar 4.1 Lambang Kota Batam.....	68
Gambar 4.2 Hubungan Struktur X dan Y terhadap Z.....	108

DAFTAR LAMPIRAN