

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13

1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
--------------------------------	----

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep <i>Public Relations</i>	34
2.1.2 Pengertian <i>Public Relations</i>	36
2.1.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	39
2.1.4 Sarana <i>Public Relations</i>	41
2.1.4.1 <i>News</i>	43
2.1.4.2 <i>Event</i>	45
2.1.4.3 <i>Media Identity</i>	47
2.1.4.4 <i>Publications</i>	48
2.1.4.5 <i>Sponsorship</i>	48
2.2.1 <i>Brand Identity</i>	50
2.2.1.1 Konsep Merek.....	50
2.2.1.2 Strategi Pemberian Merek.....	53

2.2.2 Konsep <i>Brand Identity</i>	55
2.2.2.1 Identitas Fisik Merek.....	57
2.2.3 <i>Brand Destinasi</i>	64
2.2 Kerangka Pemikiran	70
2.3 Hipotesis.....	76
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	77
3.2 Metode Penelitian.....	77
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	77
3.2.1.1 Jenis Penelitian	77
3.2.1.2 Metode Penelitian	78
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	79
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	83
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	85
3.2.4.1 Populasi.....	85
3.2.4.2 Sampel	85
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	87
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	88
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	89
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	89
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	93
3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	95
3.3.1 Pengujian Hipotesis menggunakan Path Analisis	97

3.4 Rancangan Uji Hipotesis	115
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Kota Bandung	118
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	121
4.2.1 Karakteristik Responden.....	121
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	121
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	123
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan Perbulan dan Asal Tinggal.....	124
4.2.2 Pengalaman Responden	
4.2.2.1 Pengalaman Responden berdasarkan Tujuan Berkunjung dan Waktu Berkunjung	126
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat dan Daerah yang Sering Dikunjungi.....	127
4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Program <i>Public Relations</i>	128
4.3 Tanggapan Responden terhadap Program <i>Public Relations</i> yang Terdiri dari <i>News, Event, Media Identity, Publications</i> dan <i>Sponsorship</i>	130
4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Identity</i> Kota Bandung	151
4.4.1 Keterkaitan Jenis Kelamin dan Hobi dengan Program Acara.....	126
4.5 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis.....	174
4.5.1 Pengaruh Program <i>Public Relations</i> terhadap <i>Brand Identity</i> Kota Bandung	175
4.5.1.1 Pengaruh <i>News</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	178
4.5.1.2 Pengaruh <i>Event</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	181

No. Daftar FPIPS : 563/H40.2.3.2/PL/2007

4.5.1.3	Pengaruh <i>Media Identity</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	184
4.5.1.4	Pengaruh <i>Publications</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	188
4.5.1.5	Pengaruh <i>Sponsorship</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	190
4.6	Rangkuman Pengaruh Program <i>Public Relations</i> terhadap <i>Brand Identity</i>	192
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1	Kesimpulan	193
5.2	Rekomendasi	195
DAFTAR PUSTAKA		

