

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Identifikasi Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis.....	15
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Rangkuman Teori	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran	18
2.1.2 City Image	18
2.1.3 City Branding	19
2.1.4 Keputusan Mengunjungi	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Jurnal Nasional	22
2.2.2 Jurnal Internasional	29
2.2.3 Skripsi	36
2.3 Kerangka Pemikiran	43
2.3.1 Pengaruh City Branding terhadap City Image	43

2.3.2	Pengaruh <i>City Branding</i> terhadap Keputusan Mengunjungi	43
2.3.3	Pengaruh <i>City Image</i> terhadap Keputusan Mengunjungi	43
2.3.4	Pengaruh <i>City Branding</i> dalam memediasi hubungan <i>City Image</i> dengan Keputusan Mengunjungi	44
2.4	Hipotesis Penelitian.....	45
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	47
3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	47
3.2.1	Operasional Variabel	47
3.2.2	Variabel Bebas (Independen) X	48
3.2.3	Variabel Terikat (Dependen) Y.....	48
3.2.4	Skala Pengukuran.....	51
3.3	Populasi dan Sampel.....	52
3.3.1	Populasi	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.3.3	Teknik Sampling	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Sumber Data	54
3.5	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	54
3.5.1	Uji Validitas	54
3.5.2	Uji Realibilitas	56
3.6	Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.6.2	Parsial Least Square (PLS)	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Karakteristik Responden	63
4.1.1	Screening Question	63
4.1.2	Jenis Kelamin.....	64
4.1.3	Tahun Kelahiran.....	65
4.1.4	Pekerjaan Responden	65
4.1.5	Pendidikan Terakhir.....	66
4.1.6	Pendapatan Perbulan.....	67

4.1.7	Asal Daerah.....	67
4.1.8	Rata-rata mengunjungi pariwisata di Kota Cilegon	68
4.1.9	Dana yang dikeluarkan untuk transportasi ke wisata Kota Cilegon ..	69
4.1.10	Dana yang dikeluarkan untuk keperluan makan dan minum di tempat wisata Kota Cilegon	69
4.1.11	Dana yang diperlukan untuk penginapan di tempat wisata Kota Cilegon.....	70
4.1.12	Kapan terakhir kali mengunjungi wisata di Kota Cilegon	71
4.2	Hasil Penelitian	71
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>City Branding</i> (X).....	72
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>City Image</i> (Y1).....	74
4.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Mengunjungi (Y2)	76
4.3	Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS).....	79
4.3.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	79
4.3.2	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
4.4	Hasil Pembahasan Penelitian	88
4.4.1	Hasil Pembahasan Analisis Deskriptif	88
4.4.2	Hasil Pembahasan Hipotesis	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran	94
5.2.1	Saran Teoritis	94
5.2.2	Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99