

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Tinjauan Pustaka	6
1.6 Landasan Teori	9
1.6.1 Citra Destinasi.....	10
1.6.2 Citra Kota (<i>City Image</i>).....	10
1.6.3 Pemerekan Kota (<i>City Branding</i>).....	12
1.6.4 Pemerekan “Jogja Istimewa”	14
1.6.5 Pengalaman Wisata	15

1.6.6	Persepsi Wisatawan.....	16
1.7	Metodologi Penelitian	17
1.7.1	Batasan Penelitian	17
1.7.2	Metode Pengumpulan Data	17
1.7.3	Metode Analisis Data	20
1.7.4	Definisi Konsep.....	24
1.7.5	Definisi Operasional.....	24
1.7.6	Hipotesis.....	25
1.8	Sistematika Penulisan.....	25
BAB II GAMBARAN UMUM		27
2.1	Deskripsi Wilayah	27
2.2	Industri Kepariwisata Yogyakarta	29
2.2.1	Industri Kepariwisata di Kabupaten dan Kota di Yogyakarta.....	30
2.2.2	Objek Daya Tarik Wisata Unggulan Yogyakarta	36
2.3	Pemerekan “Jogja Istimewa”.....	39
2.3.1	Pariwisata dan Pemerekan “Jogja Istimewa”	42
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		46
3.1	Persepsi Wisatawan Terkait Pemerekan “Jogja Istimewa”	46
3.1.1	Kesadaran Terhadap Pemerekan Jogja Istimewa	46
3.1.2	Sumber Informasi Terkait Pemerekan Jogja Istimewa	47
3.1.3	Persepsi Terkait Keselarasan Citra.....	49
3.2	Persepsi Wisatawan Terkait Citra Pariwisata Yogyakarta	50
3.2.1	Persepsi Wisatawan Terkait Ikon Pariwisata Yogyakarta	51
3.2.2	Persepsi Wisatawan Terkait Pagelaran di Yogyakarta.....	52
3.2.3	Persepsi Wisatawan Terkait Kuliner Khas Yogyakarta	53
3.2.4	Persepsi Wisatawan Terkait Keramahan Masyarakat Lokal.....	53
3.2.5	Persepsi Wisatawan Terkait Suasana Yogyakarta	54

3.2.6	Persepsi Wisatawan Terkait Sarana Prasarana Pariwisata	54
3.2.7	Persepsi Wisatawan Terkait Citra Istimewa pada Industri Kepariwisataan Yogyakarta	55
3.2.8	Uji Hipotesis Variabel Citra Pariwisata	56
3.3	Pengaruh Pemerekan “Jogja Istimewa” Terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta	57
3.4	Persepsi Wisatawan Terkait Pengalaman Berwisata di Yogyakarta	59
3.4.1	Persepsi Wisatawan Terkait Pengalaman Wisata yang Dirasakan .	60
3.4.2	Persepsi Wisatawan Terkait Pemandangan di Yogyakarta	61
3.4.3	Interaksi Sosial Wisatawan dalam Perjalanan Wisata	61
3.4.4	Pengetahuan Baru yang Diperoleh Wisatawan dari Perjalanan Wisata	62
3.4.5	Persepsi Wisatawan Terkait Sudut Pandang Baru yang Diperoleh	63
3.4.6	Menghadapi Tantangan Baru dalam Perjalanan Wisata	63
3.4.7	Persepsi Wisatawan Terkait Perjalanan Wisata yang Berkesan	64
3.4.8	Uji Hipotesis Variabel Pengalaman Wisata	64
3.5	Pengaruh Pemerekan “Jogja Istimewa” Terhadap Pengalaman Berwisata Wisatawan Nusantara	65
BAB IV PENUTUP		67
4.1	Kesimpulan.....	67
4.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		73
Lampiran 1. Hasil Uji Validitas.....		73
Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas.....		74
Lampiran 3. Hasil Respon Kuesioner.....		75
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian		78