

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Tinjauan Pustaka	6
1.5.1. Pendekatan Geografi	6
1.5.2. Pengertian <i>Brand</i>	7
1.5.3. <i>Place Branding</i>	8
1.5.4. <i>Brand Awareness</i>	10
1.5.5. Komponen <i>Place Branding</i>	11
1.5.6. <i>Branding</i> dalam Pariwisata.....	13
1.5.7. Kota Destinasi Pariwisata.....	14
1.5.8. <i>Branding “Naturally Jember”</i>	16
1.5.9. Keterkaitan <i>Place Branding</i> dengan Geografi.....	16
1.5.10. Persepsi Masyarakat	17
1.6. Keaslian Penelitian	19
1.7. Kerangka Penelitian	22



BAB II METODE PENELITIAN.....	25
2.1. Alat dan Bahan Penelitian	25
2.1.1. Alat Penelitian	25
2.1.2. Bahan Penelitian	26
2.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
2.2.1. Populasi Penelitian	28
2.2.2. Sampel Penelitian	28
2.2.3. Teknik Pengukuran.....	29
2.3. Teknik Pengumpulan Data	30
2.3.1. Survei.....	30
2.3.2. Wawancara	31
2.3.3. Kajian Dokumen.....	31
2.4. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	32
2.4.1. Tujuan Pertama.....	32
2.4.2. Tujuan Kedua	33
2.5. Batasan Operasional	33
BAB III DESKRIPSI WILAYAH	36
3.1. Letak, Luas, dan Batas Wilayah	36
3.2. Penggunaan Lahan	39
3.3. Kondisi Demografi Penduduk	40
3.4. Kondisi Wilayah Kabupaten Jember	42
3.4.1. Bidang Pariwisata.....	42
3.4.2. Bidang Pendidikan.....	44
3.4.3. Bidang Kesehatan	45
3.4.4. Bidang Ekonomi	46
BAB IV PEMBAHASAN	49
4.1. Identitas Responden	50
4.2. Pengujian Instrumen.....	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.3. Deskripsi Sejarah Kabupaten Jember.....	54



4.4. Perkembangan <i>Place Branding</i> di Kabupaten Jember	57
4.5. Persepsi Masyarakat Terhadap Komponen <i>Place Branding</i> di Kab. Jember... 54	
4.5.1. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Identity</i>	61
4.5.2. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Essence/Soul</i>	65
4.5.3. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Personality</i>	68
4.5.4. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Character</i>	70
4.5.5. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Culture</i>	72
4.5.6. Analisis Jawaban pada Variabel <i>Image</i>	76
4.6. Analisis Hasil Persepsi Masyarakat Terhadap <i>Place Branding</i> di Kabupaten Jember.....	78
4.7. Pentingnya <i>Place Branding</i> pada Kabupaten Jember	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87