

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	v
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan dan Keluaran Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.6.1 Ruang Lingkup Materi	11
1.6.2 Ruang Lingkup Wilayah	12
1.6.3 Ruang Lingkup Temporal	13
1.7 Keaslian Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan	19
1.9 Kerangka Pemikiran	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Pertumbuhan Wilayah	22
2.2 Pariwisata Perkotaan.....	25
2.2.1 The City as an Entertainment Machine.....	25
2.2.2 Elemen Pariwisata Perkotaan	28

2.2.3	Spasial Pariwisata Perkotaan.....	30
2.2.4	Pengaruh Pariwisata terhadap Ekonomi.....	32
2.3	Pemasaran Wilayah	36
2.3.1	Produk Pemasaran Wilayah	43
2.3.2	<i>City Branding</i>	44
2.3.3	Hubungan antara <i>Place Marketing</i> dengan <i>City as Entertainment Machine</i>	46
2.4	Variabel Penelitian.....	48
2.5	Kerangka Teori	50
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1	Variabel Penelitian.....	53
3.2	Definisi Operasional	54
3.3	Pendekatan Penelitian	56
3.4	Lokasi Penelitian	56
3.5	Unit Amatan.....	58
3.6	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	60
3.6.1	Data Primer	60
3.6.2	Data Sekunder	61
3.7	Metode Analisis Data	62
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	62
3.7.2	Analisis Spasial	63
3.8	Desain Survei.....	64
3.9	Kerangka Analisis.....	66
	BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	68
4.1	Deskripsi Geografis dan Administrasi Kota Malang.....	68
4.2	Kondisi Tata Ruang menurut RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030.....	69
4.3	Kondisi Aksesibilitas Kota Malang	72
4.4	Kondisi Demografi Kota Malang	72
4.5	Kondisi Sosial dan Ekonomi Kota Malang	73
4.5.1	Perbandingan PDRB Kota Malang dengan Jawa Timur.....	73

4.5.2	PDRB Kota Malang	75
4.5.3	Pendapatan Perkapita	76
4.5.4	Tenaga Kerja	76
4.6	Deskripsi Pariwisata Kota Malang	77
4.6.1	Daya Tarik Wisata Perkotaan.....	77
4.6.2	<i>Legendary Culinary</i> Kota Malang.....	85
4.6.3	<i>Event</i> dan Festival Kota Malang	86
4.7	<i>Place Marketing</i> Kota Malang	88
4.7.1	Kondisi Pemasaran Wilayah Kota Malang Sebelum Tahun 2015.....	88
4.7.2	Pembentukan Beautiful Malang tahun 2015	90
BAB V TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		97
5.1	Strategi Pemasaran Wilayah <i>Beautiful Malang</i> terhadap Perkembangan Pariwisata.....	97
5.1.1	Ekspektasi Pemerintah	97
5.1.2	Ekspektasi Pengunjung	110
5.2	Perkembangan Spasial Pariwisata Kota Malang	117
5.2.1	Kondisi Struktur dan Pola Ruang sekitar Destinasi Wisata	118
5.2.2	Sebaran Sarana Penunjang Pariwisata.....	125
5.3	Perkembangan Ekonomi Pariwisata Tahun 2010-2017.....	151
5.4	Dialog Komprehensif.....	159
5.5	Dialog Teoritis	162
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		165
6.1	Kesimpulan	165
6.1.1	Strategi Pemasaran Wilayah Beautiful Malang terhadap Perkembangan Pariwisata	165
6.1.2	Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi Wilayah Kota Malang.....	166
6.2	Rekomendasi.....	167
DAFTAR PUSTAKA		168
LAMPIRAN.....		174