

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah	9
3. Tujuan Penelitian	10
BAB II. LANDASAN TEORI	
1. Evaluasi Kebijakan Publik	
a. Pengertian Evaluasi Kebijakan Publik	12
b. Fungsi Evaluasi Kebijakan Publik	13
c. Tipe Evaluasi Kebijakan Publik.....	17
2. <i>Reinventing Government</i>	
a. Pengertian <i>Reinventing Government</i>	20

b.	Kompetensi yang harus dimiliki birokrasi	20
c.	Strategi Implementasi <i>Reinventing Government</i>	21
3.	Branding	
a.	Pengertian Branding	23
b.	Brand Positioning	27
c.	Brand Image	28
d.	Brand Strategy	29
4.	City Branding	
a.	Sejarah City Branding	30
b.	Pengertian City Branding	31
c.	Teknik City Branding	36
d.	Konsep City Marketing	38
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN		
1.	Metode Penelitian	41
2.	Subyek Penelitian	45
3.	Narasumber	48
4.	Pedoman Wawancara	50
5.	Pengumpulan Data	50
6.	Hambatan Penelitian	51

7. Analisis Data	52
BAB IV. GAMBARAN UMUM KABUPATEN PURWAKARTA	
1. Kondisi Geografis Kabupaten Purwakarta	55
2. Sejarah Kabupaten Purwakarta	57
3. Pemerintah Kabupaten Purwakarta	61
4. Promosi Daerah Kabupaten Purwakarta	69
BAB V. KONSEP PURWAKARTA ISTIMEWA	
1. Pemasaran Citra (<i>Image Marketing</i>)	73
1. Awal Mula Purwakarta Istimewa	73
2. Aktifasi Purwakarta Istimewa	80
2. Pemasaran Daya Tarik (<i>Attraction Marketing</i>)	87
1. Sektor Pertanian	87
2. Akses Jalan Tol	89
3. Purwakarta Indung Budaya Sunda	90
3. Cetak Biru : Pemasaran Citra dan Daya Tarik Daerah	92
BAB VI. KESIMPULAN.....	96
DAFTAR PUSTAKA	101