

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
1. Manfaat Teoritis.....	16
2. Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB II .....</b>	<b>17</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>17</b>
A. Tinjauan Teori .....	17
1. Merek (Brand).....	17
1.1 Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ) .....	17
1.2 Tujuan Merek ( <i>Brand</i> ) .....	18
1.3 Manfaat Merek ( <i>Brand</i> ) .....	19

1.4	Fungsi Merek ( <i>Brand</i> ).....	20
2.	Destinasi.....	22
2.1	Pengertian Destinasi.....	22
2.2	Jenis-jenis Destinasi.....	23
2.3	Fitur Utama Destinasi .....	24
3.	Merek Destinasi ( <i>Destination Brand</i> ) .....	24
3.1	Pengertian Merek Destinasi ( <i>Destination Brand</i> ).....	24
3.2	Faktor Pembantu Merek Destinasi ( <i>Destination Brand</i> ).....	25
3.3	Faktor Keberhasilan Merek Destinasi ( <i>Destination Brand</i> ).....	26
4.	Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ).....	26
4.1	Pengertian Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	26
4.2	Elemen-elemen Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	27
4.3	Penerapan Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) Pada Destinasi .....	28
5.	Kesadaran Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Awareness</i> ).....	30
5.1	Pengertian Kesadaran Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Awareness</i> ).....	30
5.2	Tingkatan Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	31
6.	Citra Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Image</i> ) .....	32
6.1	Pengertian Citra Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Image</i> ) .....	32
6.2	Faktor Pembentuk Citra Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Image</i> ).....	33
7.	Kualitas Persepsi Destinasi ( <i>Destination Perceived Quality</i> ) .....	34
7.1	Pengertian Kualitas Persepsi Destinasi ( <i>Destination Perceived Quality</i> ).....	34
7.2	Faktor Pembentuk Kualitas Persepsi Destinasi ( <i>Destination Perceived Quality</i> ).....	35
8.	Loyalitas Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Loyalty</i> ).....	36
8.1	Pengertian Loyalitas Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Loyalty</i> ) .....	36
8.2	Faktor Pembentuk Loyalitas Merek Destinasi ( <i>Destination Brand Loyalty</i> )	37
B.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	38
C.	Pengaruh Antar Variabel Penelitian .....	45
1.	Pengaruh <i>destination brand awareness</i> terhadap <i>destination brand equity</i>	45

2.	Pengaruh <i>destination brand image</i> terhadap <i>destination brand equity</i>	46
3.	Pengaruh <i>destination perceived quality</i> terhadap <i>destination brand equity</i>	46
4.	Pengaruh <i>destination brand loyalty</i> terhadap <i>destination brand equity</i>	47
D.	Kerangka Konseptual.....	48
E.	Hipotesis Penelitian.....	49
<b>BAB III.....</b>		<b>50</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
A.	Rancangan Penelitian.....	50
B.	Populasi.....	50
C.	Sampel dan Teknik Sampling.....	51
D.	Jenis Data.....	52
E.	Teknik Pengambilan Data.....	52
F.	Variabel Penelitian.....	54
1.	Klasifikasi Variabel Penelitian.....	54
a.	Variabel Dependen (Y).....	54
b.	Variabel Independen (X).....	54
2.	Definisi Operasional Variabel.....	55
G.	Objek dan Waktu Penelitian.....	57
1.	Objek Penelitian.....	57
2.	Waktu Penelitian.....	57
H.	Skala Pengukuran Variabel.....	58
I.	Teknik Analisis Data.....	60
1.	Analisa Deskriptif.....	60
2.	Uji Validitas.....	61

3.	Uji Reliabilitas .....	62
4.	Analisis Kuantitatif .....	63
<b>BAB IV .....</b>		<b>67</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>67</b>
A.	Analisis Deskriptif .....	67
1.	Karakteristik Responden .....	67
a.	Jenis Kelamin .....	68
b.	Usia .....	68
c.	Pekerjaan .....	69
d.	Uang Saku / Penghasilan .....	70
e.	Frekuensi Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam 3 tahun Terakhir .....	71
2.	Variabel Penelitian .....	72
a.	<i>Destination Brand Awareness</i> .....	72
b.	<i>Destination Brand Image</i> .....	73
c.	<i>Destination Perceived Quality</i> .....	74
d.	<i>Destination Brand Loyalty</i> .....	75
e.	<i>Destination Brand Equity</i> .....	76
B.	Analisis Kuantitatif .....	77
1.	Regresi Berganda .....	77
a.	Uji Koefisien Korelasi (R) .....	78
b.	Uji Koefisien Determinasi .....	78
2.	Uji-t .....	79
C.	Pembahasan .....	82
1.	Variabel Secara Parsial .....	82
a.	<i>Destination Brand Awareness</i> .....	82
b.	<i>Destination Brand Image</i> .....	84
c.	<i>Destination Perceived Quality</i> .....	86
d.	<i>Destination Brand Loyalty</i> .....	87

<b>BAB V.....</b>	<b>90</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A.    Kesimpulan.....	90
B.    Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>