

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PERNYATAAN PLAGIASI	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	VII
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	3
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Sasaran Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup.....	4
1.5.1 Ruang Lingkup Materi.....	4
1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah.....	4
1.6 Keaslian Penelitian.....	5
1.8 Metodologi Penelitian	13
1.8.1 Metode Pendekatan Studi	13
1.8.2 Tahap Studi	14
1.8.3 Tahapan Pengumpulan Data	15
1.8.4 Tahap Pengolahan Dan Penyajian Data.....	18
1.9 Sistematika Penulisan	19
BAB 2. KAJIAN TEORI IDENTITAS KOTA DALAM PEMASARAN WILAYAH	21
2.1 Identitas Kota	21
2.1.1 Pengertian Identitas Kota.....	21
2.1.2 Komponen Identitas Kota	22
2.1.3 Efek Brand Terhadap Sebuah Kota	26
2.2 Marketing Place (Pemasaran Tempat)	26
2.2.1 Definisi Pemasaran Wilayah.....	26
2.2.2 Target Pasar	27
BAB 3. GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI	35
3.1 Tinjauan Umum Wilayah Kecamatan Ambarawa	35
3.2 Karakteristik Lokasi Studi.....	36
3.2.1 Kondisi Geografis	36

3.2.2	Klimatologi	37
3.2.3	Penggunaan Lahan	38
3.2.4	Kependudukan	38
3.3	Kondisi Eksisting Objek Potensi Identitas Pada Kecamatan Ambarawa.....	40
3.3.1	Musium Kereta Api	40
3.3.2	Benteng Williem I.....	44
3.3.3	Kelenteng Hok Tik Bio Ambarawa	46
3.3.4	Monumen Palagan Ambarawa.....	47
3.3.5	Potensi Alam Sebagai Objek Identitas.....	50
3.4	Potensi Budaya Setempat	53
3.5	Potensi Perdagangan	54
3.5	Potensi Pertanian, dan Perternakan	59
BAB 4. ANALISIS IDENTITAS KECAMATAN AMBARAWA UNTUK PEMASARAN WILAYAH		64
4.1	Identifikasi Potensi Kecamatan Ambarawa	64
4.1.1	Identifikasi Potensi Pariwisata	64
4.1.2	Identifikasi Potensi Perdagangan	71
4.1.3	Identifikasi Potensi Pertanian	76
4.2	Analisis Komponen Identitas Kecamatan Ambarawa	81
4.2.1	Analisis Fisik (Bangunan Dengan Sejarah Tinggi, dan Dikenal Masyarakat)	81
4.2.2	Non Fisik (Sejarah).....	89
4.2.3	<i>Actual Identity</i> (Fasilitas Umum dan Aksesibilitas)	94
4.2.4	<i>Conceived Identity</i> (Budaya Yang Mengambarkan Tempat Tersebut).....	96
4.2.5	<i>Ideal Identity</i> (Potensi Kawasan).....	102
4.2.6	<i>Desired Identity</i> (Visi Misi Dalam Suatu Daerah).....	109
4.3	Analisis Identitas Kecamatan Ambarawa yang Dapat Di Pasarkan.....	114
4.3.1	Permintaan	114
4.3.2	Keinginan.....	119
4.3.3	Kebutuhan.....	122
4.4	Temuan Studi	124
BAB 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		135
5.1	Kesimpulan	135
5.2	Rekomendasi	139
5.2.1	Rekomendasi Untuk Pemerintah	139
5.2.2	Rekomendasi Untuk Masyarakat.....	140
5.2.3	Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya.....	140
DAFTAR PUSTAKA		141
LAMPIRAN		