

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MAJLIS PENGUJI UJIAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Teori	
1. Strategi Branding	8
2. Branding Destinasi	10
3. Ekonomi Desa dan Desa Wisata	
a. Desa dan Perjalanan Ekonominya	13
b. Desa Wisata	15
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Berpikir	25
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Setting Penelitian	26
C. Subyek Penelitian	27
D. Sumber Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Uji Keabsahan Data	29
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	

1. Gambaran Objek Penelitian	32
2. Potensi Desa Loram Kulon.....	33
B. Deskripsi Data Penelitian	
1. Strategi Branding Desa Wisata Loram Kulon	40
2. Pengelolaan Desa Wisata Loram Kulon	42
3. Strategi Branding Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat	44
C. Analisis Data Penelitian	
1. Analisis Pengelolaan Desa Wisata Loram Kulon	46
2. Analisis Strategi Branding Desa Wisata.....	47
BAB V: PENUTUP	
A. Simpulan	57
B. Saran-Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	

