

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II KERANGKA TEORI	12
A. Kajian Teori.....	12
1. Strategi Pemasaran	12
a. Pengertian Strategi	12
b. Pengertian Pemasaran.....	14
c. Pengertian Strategi Pemasaran	18
2. Pemasaran Jasa	22
3. Pemasaran Pariwisata	26
4. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	31
a. Produk (<i>Product</i>).....	34
b. Harga (<i>Price</i>).....	39
c. Tempat (<i>Place</i>).....	44
d. Promosi (<i>Promotion</i>).....	47
e. Orang (<i>People</i>)	52
f. Proses (<i>Process</i>)	56
g. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	58
5. Citra Destinasi (<i>Destination image</i>).....	60
B. Penelitian Terdahulu.....	62
C. Kerangka Pemikiran	69
BAB III METODE PENELITIAN	71
A. Jenis dan Pendekatan	71

B.	Setting Penelitian.....	72
C.	Subyek Penelitian	72
D.	Sumber Data	72
E.	Teknik Pengumpulan Data	74
F.	Uji Keabsahan Data	76
G.	Teknik Analisis Data	77
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A.	Gambaran Obyek Penelitian	79
1.	Profil Demak Green Garden	79
2.	Sejarah berdirinya Demak Green Garden	79
3.	Visi dan Misi Demak Green Garden.....	80
4.	Struktur Organisasi.....	81
B.	Deskripsi Data Penelitian	81
1.	Strategi Marketing Mix Degega Dalam Membangun Citra Destinasi	81
2.	Faktor Pendukung Penerapan Marketing Mix Dalam Upaya Membangun Citra Destinasi Pada Destinasi Wisata Degega.....	96
3.	Faktor penghambat Penerapan Marketing Mix Dalam Upaya Membangun Citra Destinasi Pada Destinasi Wisata Degega.....	97
C.	Analisis Data Penelitian.....	100
1.	Analisis Marketing Mix Degega Dalam Membangun Citra Destinasi	100
2.	Analisis Faktor pendukung Penerapan Marketing Mix Dalam Upaya Membangun Citra Destinasi Pada Destinasi Wisata Degega.....	114
3.	Analisis Faktor Penghambat dan Solusi Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Membangun Citra Destinasi Degega.....	116
BAB V	PENUTUP.....	123
A.	Simpulan	123
B.	Saran-saran	123
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	62
Tabel 4. 1 Price List Wahana	85
Tabel 4. 2 Price List Wahana	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 70
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi (Degega)..... 81

