

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Pengertian Pariwisata.....	13
2.2 Pengertian Pemasaran.....	16
2.3 Pemasaran Sektor Publik.....	19
2.4 Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2.5 Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	21
2.5 Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Lokasi Penelitian.....	38

3.3	Unit Analisis.....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		45
4.1	Profil Objek Wisata Puri Mataram.....	45
4.2	Visi dan Misi Puri Mataram.....	47
4.3	Struktur Organisasi Puri Mataram.....	48
BAB V PEMBAHASAN.....		50
5.1	Analisis Strategi Bauran Pemasaran	50
5.1.1	Analisis Strategi <i>Product</i>	50
5.1.2	Analisis Strategi <i>Price</i>	68
5.1.3	Analisis Strategi <i>Promotion</i>	79
5.1.4	Analisis Strategi <i>Place</i>	102
5.1.5	Analisis Strategi <i>People</i>	115
5.1.6	Analisis Strategi <i>Process</i>	122
5.1.6	Analisis Strategi <i>Physical Evidence</i>	127
5.1	Pemasaran Puri Mataram dalam Menghadapi Masa Krisis.....	142
BAB VI PENUTUP.....		152
6.1	Kesimpulan.....	152
6.2	Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA.....		158
LAMPIRAN.....		162