

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....  | i    |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....   | ii   |
| KATA PENGANTAR .....   | iii  |
| DAFTAR ISI.....  | v    |
| Daftar Gambar.....   | vii  |
| Daftar Tabel .....   | viii |
| ABSTRAK .....  | ix   |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 7    |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....  | 8    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....   | 8    |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....  | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....   | 10   |
| 2.1 Pemasaran dalam Sektor Publik .....                                  | 10   |
| 2.2 Pemasaran Pariwisata .....   | 11   |
| 2.3. Keterkaitan Strategi Pemasaran STP dan <i>Marketing Mix</i> 7P..... | 13   |
| 2.4. Strategi STP (Segmentation, Targetting, Positioning) .....          | 14   |
| 2.5. Strategi Bauran Pemasaran 7P ( <i>marketing mix</i> ).....          | 17   |
| 2.6. Kerangka Pikir Penelitian.....                                      | 23   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....   | 26   |
| 3.1 Jenis Penelitian .....   | 26   |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....  | 27   |
| 3.3 Sumber Data .....  | 27   |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....  | 28   |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....   | 30   |
| BAB IV PROFIL PT.TAMAN WISATA CANDI.....                                 | 32   |
| 4.1 Profil PT.Taman Wisata Candi.....                                    | 32   |
| 4.2 Visi dan Misi PT.Taman Wisata Candi.....                             | 33   |
| 4.2.1 Visi PT.Taman Wisata Candi .....                                   | 33   |
| 4.2.2 Misi PT.Taman Wisata Candi.....                                    | 34   |
| 4.3 Maksud dan Tujuan PT.Taman Wisata Candi.....                         | 34   |

|   |  |    |
|---|--|----|
| 4.4   | Bisnis Perusahaan PT.Taman Wisata Candi .....                  | 36 |
| 4.5   | Profil Produk PT.Taman Wisata Candi .....                      | 36 |
| 4.5.1   | Profil Candi Borobudur .....                                   | 36 |
| 4.5.2   | Profil Candi Prambanan.....                                    | 37 |
| 4.5.3   | Profil Ratu Boko .....   | 37 |
| 4.5.4   | Profil Ramayanan Ballet Prambanan.....                         | 38 |
| BAB V ANALISIS STP DAN BAURAN PEMASARAN 7P PT.TAMAN WISATA CANDI..... |  | 39 |
| 5.1.  | Analisis STP (Segmentation, Targetting, Positiooning).....     | 39 |
| 5.1.1.  | <i>Segmentation</i> (Segmentasi).....                          | 39 |
| 5.1.2.  | <i>Targetting</i> (Pemilihan Target Pasar).....                | 41 |
| 5.1.3.  | <i>Positioning</i> (Penanaman Citra).....                      | 42 |
| 5.2.  | Analisis Bauran Pemasaran 7P .....                             | 44 |
| 5.2.1.  | Analisis <i>Product</i> (Produk) .....                         | 44 |
| 5.2.2.  | Analisis <i>Price</i> (Harga) .....                            | 55 |
| 5.2.3.  | Analisis <i>Place</i> (Distribusi).....                        | 60 |
| 5.2.4   | Analisis <i>Promotion</i> (Promosi) .....                      | 64 |
| 5.2.5.  | Analisis <i>People</i> (Manusia).....                          | 71 |
| 5.2.6.  | Analisis <i>Process</i> (Proses).....                          | 73 |
| 5.2.7.  | Analisis <i>Physical Evidence</i> (Bukti/Fasilitas Fisik)..... | 76 |
| BAB VI PENUTUP .....  |  | 84 |
| 6.1   | Kesimpulan.....  | 84 |
| 6.2   | Saran .....  | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  |  | 90 |
| LAMPIRAN .....  |  | 93 |