

DAFTAR ISI

PRAKATA	
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT.....	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Lingkup Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian terdahulu	9
2.2 Wisata alam : Pengertian dan karakteristik	10
2.3 Dampak Wisata Alam pada Pengembangan Wilayah	15
2.4 Pengertian Pemasaran Wisata	17
2.5 Strategi Marketing Mix dalam Pemasaran Wisata	24
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Sifat Penelitian	29
3.2 Pengumpulan Data	29
3.3 Daerah dan Waktu Penelitian	30
3.4 Definisi Operasional.....	30
3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Contoh.....	33
3.6 Alat Analisis	34
3.7 Asumsi-asumsi	46
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Pengelolaan Wana Wisata di Perum Perhutani Unit II Jawa Timur	47
4.2 Keadaan Lokasi Penelitian	53



V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1 Analisis Deskriptif.....	58
5.2 Analisis Faktor	70
5.3 Strategi Pemasaran Jasa Wisata Air Terjun.....	88
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	94
6.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	100