

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
INTISARI	1
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1. Latar Belakang	5
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1. Pengertian Pariwisata.....	17
2.2. Pemasaran Sektor Publik	24
2.3. Strategi Pemasaran.....	25
2.4. Strategi STP (Segmentation, Targetting, dan Positioning).....	27
2.4.1 <i>Segmentation</i> (Segmentasi)	27
2.4.2 <i>Targetting</i> (Pemilihan Target Pasar)	30
2.4.3 <i>Positioning</i> (Penanaman Imej)	31
2.5. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	32
2.5.1 <i>Product</i> (Produk).....	34
2.5.2 <i>Price</i> (Harga).....	35
2.5.3 <i>Promotion</i> (Promosi).....	38

2.5.4	<i>Place</i> (Tempat).....	39
2.6.	Evaluasi Strategi Pemasaran.....	41
2.7.	Kerangka Pikir Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1.	Jenis Penelitian	47
3.2.	Lokasi Penelitian.....	48
3.3.	Sumber data	48
3.3.1	Data primer.....	48
3.3.2	Data sekunder	49
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1	Observasi.....	49
3.4.2	Wawancara	51
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN		53
4.1.	Deskripsi Lava Bantal.....	53
4.2.	Profil Pengelola Lava Bantal	57
BAB V EVALUASI STRATEGI PEMASARAN LAVA BANTAL.....		60
5.1.	Kunjungan wisatawan ke Wisata Lava Bantal	60
5.2.	Analisis STP (Segmenting, Targetting, dan Positioning)	64
5.2.1	Analisis Evaluasi Segmentasi (<i>Segmentation</i>)	64
5.2.2	Analisis Evaluasi Target Pasar (<i>Targetting</i>)	69
5.2.3	Analisis Evaluasi Pembentukan Citra (<i>Positioning</i>)	72
5.3.	Analisis Evaluasi Bauran Pemasaran 4P (<i>Place, Product, Price, dan Promotion</i>).....	74
5.3.1	Product (<i>Product</i>).....	75

5.3.2	Price (Harga)	82
5.3.3	<i>Promotion</i> (Promosi).....	85
5.3.4	<i>Place</i> (Tempat).....	89
BAB VI PENUTUP.....		100
6.1.	Kesimpulan	100
6.2.	Rekomendasi.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		104