

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLEH-OLEH OLAHAN SALAK  
UMKM “CRISTAL” BERDASARKAN PROFIL UMUM PENGUNJUNG**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Yohana Indah Permatasari**

**12/329075/SA/16381**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

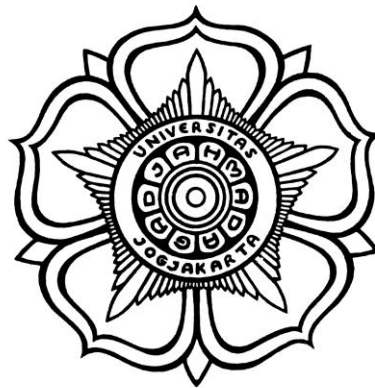
**UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLEH-OLEH OLAHAN SALAK  
UMKM “CRISTAL” BERDASARKAN PROFIL UMUM PENGUNJUNG**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Yohana Indah Permatasari**

**12/329075/SA/16381**

**Skripsi ini diajukan kepada  
Panitia Ujian Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana S1 dalam Program Studi Pariwisata  
Tahun 2019**

**THE MARKETING STRATEGIES OF PROCESSED SNAKE FRUIT  
SOUVENIR PRODUCTS BY “CRISTAL” MICRO ENTERPRISE BASED  
ON VISITORS’ GENERAL PROFILE**



**Written by :**

**Yohana Indah Permatasari**

**12/329075/SA/16381**

**A Graduating Paper**

**Submitted to the Board of Examiners**

**In Partial Fulfillment of the requirements for**

**The Undergraduate Degree in the Department of Tourism Studies**

**Faculty of Cultural Sciences**

**Universitas Gadjah Mada**

**Yogyakarta**

**2019**