

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Penulisan	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	8
2.1 Kondisi Umum Perusahaan	8
2.1.1 Profil Singkat Perusahaan	8
2.1.2 Logo Institusi	9
2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	10
2.1.4 Struktur Organisasi	11
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.2.2 Definisi Elemen Marketing Mix “Place”	12
2.2.3 Definisi Produk Wisata	13
2.2.4 Konsep Saluran Distribusi	15
2.3 Tinjauan Pustaka	20
2.4 Keaslian Penelitian	20
2.5 Metodologi Penelitian	21
2.5.1 Desain Penelitian.....	21
2.5.2 Definisi Operasional.....	22

2.5.3	Populasi dan Sampel	24
2.5.4	Teknik Pengumpulan Data	24
2.5.5	Teknik Analisis Data	26
2.6	Jenis/Sumber Data	27
BAB III PEMBAHASAN		29
3.1	Analisis Saluran Distribusi	29
3.2	Pembahasan	30
3.2.1	Pertimbangan Pasar (Market Consideration)	31
3.2.2	Pertimbangan Produk (Produk Consideration)	41
3.2.3	Pertimbangan Perusahaan (<i>Company Consideration</i>)	47
3.2.4	Pertimbangan Perantara (Middleman Consideration)	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		70
4.1	Kesimpulan	70
4.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		78