



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Lingkup Penelitian	15
1.7 Sistematika Penelitian	15
BAB II.....	17
2.1 Pengertian dan Konsep Pariwisata	17
2.2 Pengembangan Destinasi Pariwisata	19
2.3 Aspek 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Service).....	20
2.4 Definisi Pemasaran.....	22
2.5 Strategi Pemasaran	22
2.6 Bauran pemasaran	25
2.7 Konsep Pemasaran Pariwisata oleh Kementerian Pariwisata.....	31
2.8 Model AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>) sebagai Tolak Ukur Respon Pemasaran	34
2.9 Penelitian Sebelumnya	37
BAB III	40
3.1 Metode Penelitian.....	40
3.1.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	42



3.1.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.1.4	Metode Analisis Data	47
3.2	Objek Penelitian	49
3.2.1	Orientasi Lokasi dan Kedudukan Kawasan Danau Toba.....	49
3.2.2	Kondisi Fisik dan Sumber Daya Alam Kabupaten Samosir	52
3.2.2.1	Keadaan Geografis.....	52
3.2.2.2	Iklim.....	53
3.2.2.3	Geografi	53
3.2.2.4	Sosial Budaya	54
BAB IV	57
4.1	Strategi Pemasaran oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir	57
4.1.1	Product	58
4.1.1.1	Atraksi.....	60
4.1.1.2	Aksesibilitas.....	65
4.1.1.3	Amenitas	69
4.1.1.4	Ancillary	73
4.1.2	Place	74
4.1.3	Price.....	79
4.1.3.1	Harga Transportasi.....	79
4.1.3.2	Harga Penginapan	83
4.1.3.3	Harga Tiket Masuk Wisata	84
4.1.4	Promotion.....	84
4.1.4.1	Branding.....	85
4.1.4.2	Advertising.....	87
4.1.4.3	Selling	87
4.1.5	People.....	93
4.1.6	Programming.....	99
4.1.7	Packaging	104
4.1.8	Partnership	107
4.2	Perancangan Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Samosir Danau Toba 111	
4.2.1	<i>Segmenting</i>	111
4.2.2	<i>Targeting</i>	112
4.2.3	<i>Positioning</i>	113



4.3	Analisis Tanggapan dari Wisatawan yang Berada di Jakarta.....	114
4.3.1	Analisis <i>Attention</i>	117
4.3.2	Analisis <i>Interest</i>	119
4.3.3	Analisis <i>Desire</i>	123
4.3.4	Analisis <i>Action</i>	124
BAB V	127
5.1	Kesimpulan dan Rekomendasi	127
5.2	Kekurangan Penelitian	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Destinasi Wisata.....	31
Gambar 2.2 Model Hierarki Respon.....	34
Gambar 2.3 Model AIDA	35
Gambar 3.1 Topografi Kawasan Danau Toba.....	54
Gambar 4.1 Atraksi Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Samosir Danau Toba	63
Gambar 4.2 Kondisi Jalan di sekitar kawasan pariwisata Samosir.....	69
Gambar 4.3 Grafik Pertumbuhan Hotel dan Restoran di Kabupaten Samosir Danau Toba.....	70
Gambar 4.4 Makanan khas Batak di Samosir (1) Mie Gomak, (2) Naniura, (3) Ikan Mas Arsik, (4) Dali-Ni-Horbo	71
Gambar 4.5 Pasar Souvenir Tomok	72
Gambar 4.6 Baliho Kemenpar di Terminal Kedatangan Bandara Soekarno-Hatta	74
Gambar 4.7 Tourist Information Center di Bandara Silangit	75
Gambar 4.8 Lake Toba Cultura Week di Kuala Lumpur International Airport (2018).....	76
Gambar 4.9 Sales Mission di Bandung 9-11 November 2019.....	77
Gambar 4.10 Harga Tiket Pesawat Rute Silangit – Jakarta dan Jakarta-Silangit .	80
Gambar 4.11 Tarif Ferry dari Parapat (Ajibata) ke Pulau Samosir (Ambarita)....	81
Gambar 4.12 Harga Hotel dan Penginapan di Samosir.....	84
Gambar 4.13 Branding Pariwisata Danau Toba	86
Gambar 4.14 Branding Pariwisata Samosir.....	86
Gambar 4.15 Website Samosir visitsamosir.com	89
Gambar 4.16 Akun Youtube Dinas Pariwisata Samosir	89
Gambar 4.17 Halaman Facebook dan Instagram Dinas Pariwisata Samosir	90
Gambar 4.18 Aplikasi Toba Smile.....	91
Gambar 4.19 Struktur Organisasi Dinas pariwisata Samosir	94



Gambar 4.20 Calender of Event Samosir Fiesta dari Tahun ke Tahun.....	100
Gambar 4.21 Calender of Events Lake Toba 2019.....	102
Gambar 4.22 Event Pariwisata Nusa Tenggara Barat Tahun 2019.....	103
Gambar 4.23 Paket Wisata Samosir Wesley Tour.....	105
Gambar 4.24 Konsep Penta-helix Pariwisata Indonesia	108



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Pariwisata bagi Perekonomian Indonesia	3
Tabel 1.2 Destinasi Prioritas Era Kabinet Kerja	5
Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kabupaten Samosir (Jiwa)....	11
Tabel 3.1 Ruang Lingkup Kawasan Danau Toba	51
Tabel 4.1 Daftar Narasumber untuk Analisis Strategi Pemasaran Kab. Samosir.	57
Tabel 4.2 Atraksi Wisata dan Budaya di Kabupaten Samosir Danau Toba	61
Tabel 4.3 Jadwal Penerbangan Pesawat ke Bandara Silangit.....	80
Tabel 4.4 Jadwal Kapal Ferry dari Parapat ke Samosir.....	80
Tabel 4.5 Jadwal Bus Wisata Samosir	81
Tabel 4.6 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) tahun 2019.....	96
Tabel 4.7 Calender of Event Horas Samosir Fiesta 2019 “Ayo ke Samosir, Negeri Indah Kepingan Surga”	100
Tabel 4.8 Profil Partisipan untuk Analisis AIDA.....	116



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA KABUPATEN SAMOSIR DANAU TOBA
OLGA MARIA J S, Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	142
Lampiran 2 Gambar Pendukung	197