

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	II
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	VI
INTISARI.....	I
ABSTRACT.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	IV
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR ISTILAH.....	IX
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN.....	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.5.1 Manfaat Akademis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
1.6 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1.7 LANDASAN TEORI.....	7
1.7.1 Pemasaran Pariwisata.....	7
1.7.2 Marketing Mix 7P.....	8
1.7.3 Museum.....	10
1.8 METODE PENELITIAN.....	11
1.8.1 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	11
1.8.2 Jenis Data.....	11
1.8.3 Alat Penelitian.....	12
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.8.5 Analisis Data.....	15
BAB II.....	17
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	17
2.1 PROFIL ASANA ARTSEUM BALI.....	17
2.2 PRODUK DAN FASILITAS OBJEK PENELITIAN.....	19
2.2.1 <i>Main Studio</i>	19
2.2.2 <i>Mini Studio</i>	20
2.2.3 <i>Art Installation</i>	23
2.2.4 <i>Kriya Shop</i>	25
2.2.5 <i>Fitting Room</i>	26
2.2.6 <i>Bojana Food Stall</i>	27
2.3 STRUKTUR ORGANISASI OBJEK PENELITIAN.....	28



2.3.1	<i>Owner</i>	28
2.3.2	<i>General Manager Marketing</i>	29
2.3.3	<i>General Manager Operational</i>	29
2.3.4	<i>Accounting</i>	29
2.3.5	<i>Front Office</i>	29
2.3.6	<i>IT</i>	30
2.3.7	<i>Sales</i>	30
2.3.8	<i>Customer Service</i>	30
2.3.9	<i>Usher</i>	31
2.3.10	<i>Fitter</i>	31
2.3.11	<i>Housekeeping</i>	31
BAB III	32
PEMBAHASAN	32
3.1	STRATEGI MARKETING DEPARTMENT.....	32
3.2	KENDALA YANG DIHADAPI <i>DEPARTMENT MARKETING</i>	49
BAB IV	55
PENUTUP	55
4.1	KESIMPULAN.....	55
4.2	SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61