



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Landasan Teori	8
2.2.1. Strategi Pemasaran	8
2.2.2. Bauran Pemasaran	9
2.2.3. Analisis SWOT	12
2.3. Kerangka Penelitian.....	14
2.4. Hipotesis Penelitian.....	16
III. METODE PENELITIAN	17
3.1. Metode Dasar.....	17
3.2. Lokasi Penelitian	17
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	17
3.4. Metode Pengumpulan Data	19
3.5. Jenis dan Sumber Data	19



3.6. Asumsi dan Pembatasan Masalah	19
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
3.8. Metode Pengukuran Instrumen Penelitian.....	21
3.8.1. Uji Validitas.....	21
3.8.2. Uji Reliabilitas	21
3.9. Metode Analisis Data	22
3.9.1. Metode Analisis Data untuk Menjawab Tujuan Pertama – Teknik Skoring.....	22
3.9.2. Metode Analisis Data untuk Menjawab Tujuan Kedua - Analisis SWOT	24
IV. GAMBARAN UMUM AGROWISATA EDUKASI PILAHAN	30
4.1. Sejarah Agrowisata Edukasi Pilahan.....	30
4.2. Keadaan Fisik	31
4.3. Peta Agrowisata Edukasi Pilahan.....	31
4.4. Visi dan Misi Agrowisata Edukasi Pilahan	32
4.4.1. Visi.....	32
4.4.2. Misi.....	32
4.5. Fasilitas Agrowisata Edukasi Pilahan	33
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	36
5.1. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
5.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	36
5.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
5.4. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
6.1. Uji Validitas.....	40
6.1.1. Uji Validitas Kuesioner Implementasi Konsep Bauran Pemasaran dengan Indikator 7P.....	40
6.1.2. Uji Validitas Kuesioner Faktor Internal-Eksternal.....	41



6.2. Uji Reliabilitas.....	42
6.2.1. Uji Reliabilitas Kuesioner Implementasi Konsep Bauran Pemasaran dengan Indikator 7P	43
6.2.2. Uji Reliabilitas Kuesioner Faktor Internal-Eksternal	43
6.3. Implementasi Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) dengan Indikator 7P	44
6.3.1. Hasil Analisis Data Implementasi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7P yang diterapkan Agrowisata Edukasi Pilahan	44
6.3.2. Hasil Analisis Deskriptif Implementasi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7P yang diterapkan Agrowisata Edukasi Pilahan	46
6.4. Hasil Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal	49
6.4.1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	49
6.4.1.1. Kekuatan (<i>Strengths</i>).....	50
6.4.1.2. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	52
6.4.2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	53
6.4.2.1. Peluang (<i>Opportunities</i>)	54
6.4.2.2. Ancaman (<i>Threats</i>).....	56
6.5. Hasil Analisis SWOT Agrowisata Edukasi Pilahan.....	58
6.5.1. Matriks <i>Grand Strategy</i>	58
6.5.2. Matriks SWOT	59
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	63
7.1. Kesimpulan.....	63
7.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68