

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
ABSTRACT	xx
INTISARI.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1

1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.6 Landasan Teori.....	10
1.7 Metode Penelitian.....	15
1.8 Sistematika Penulisan	18
BAB II GAMBARAN UMUM KABUPATEN LIMA PULUH KOTA, DINAS BUDPARPORA, DAN LEMBAH HARAU.....	20
2.1 Gambaran Umum Kabupaten Lima Puluh Kota	20
2.1.1 Keadaan Geografis	20
2.1.2 Topografi dan Fisiografis	22
2.1.3 Atraksi Wisata.....	22
2.1.4 Aksesibilitas	38
2.1.5 Amenitas	38
2.1.5.1 Akomodasi	38
2.1.5.2 Usaha Makanan dan Minuman.....	40
2.2 Gambaran Umum Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota (BUDPARPORA)	43
2.2.1 Visi dan Misi	43

2.2.2 Struktur Organisasi	44
2.2.3 Tugas Pokok dan Fungsi	46
2.2.4 Susunan Kepegawaian	52
2.3 Profil Lembah Harau.....	53
BAB III STRATEGI PEMASARAN KAWASAN LEMBAH HARAU OLEH DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN LIMA PULUH KOTA PROVINSI SUMATERA BARAT	56
3.1 Produk Wisata Kawasan Lembah Harau.....	57
3.1.1 Atraksi (<i>Attraction</i>)	57
3.1.1.1 Air Terjun Aka Barayun.....	57
3.1.1.2 Air Terjun Sarasah Aia Luluhi.....	59
3.1.1.3 Air Terjun Sarasah Murai.....	60
3.1.1.4 Air Terjun Sarasah Bunta.....	62
3.1.1.5 Taman Bermain.....	63
3.1.2 Aksesibilitas (<i>Access</i>).....	65
3.1.3 Amenitas (<i>Amenities</i>).....	67
3.1.4 Pelayanan Tambahan (<i>Ancillary Service</i>)	72
3.2 Strategi Pemasaran Kawasan Lembah Harau oleh Dinas BUDPARPORA Kabupaten Lima Puluh Kota.....	73
3.2.1 Produk (<i>Product</i>).....	74

3.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	78
3.2.3 Saluran Distribusi (<i>Place</i>)	80
3.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	82
3.2.4.1 Periklanan.....	82
3.2.4.2 Publisitas	85
3.2.4.3 Promosi Penjualan.....	86
3.2.5 Orang (<i>People</i>)	87
3.2.6 Proses (<i>Process</i>)	89
3.2.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	91
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	95
4.1 Kesimpulan	95
4.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....	107