

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xv

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1-4
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Pemikiran .....	5
1. Promosi.....	5-8
2. Bauran Pemasaran dan Bauran Promosi.....	8

2.1. Bauran Pemasaran .....	8-10
2.2. Bauran Promosi .....	10-15
3. Karakteristik dan Efektifitas Bauran Promosi .....	16-17
F. Kerangka Konsep.....	17-21
G. Metodologi .....	21
a. Metode Penelitian .....	21-22
b. Objek Penelitian .....	22
c. Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
d. Teknik Pengumpulan Data .....	23-24
e. Teknik Analisis Data .....	24
f. Validitas Data.....	25

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA PEMASARAN PRODUK WISATA

A. Pengembangan dan Pemasaran Produk Wisata.....	26
a. Pengembangan Produk Wisata .....	26-29
b. Pemasaran Produk Wisata .....	29-32
B. Promosi sebagai Bagian dari Pemasaran Wisata.....	32
a. Arti Penting Promosi dalam Pemasaran Wisata .....	32-34
b. Promosi melalui <i>Event</i> sebagai Bagian dari Pemasaran Wisata .....	34-37
C. Tantangan dan Kendala Pemasaran Wisata.....	37-45

### BAB III. DESKRIPSI OBJEK WISATA XT SQUARE YOGYAKARTA

A. Sejarah dan Perkembangan XT Square Yogyakarta .....	46-48
B. Zonasi dan Rangkaian Produk Wisata yang Dimiliki XT Square Yogyakarta .....	49
1. Zonasi XT Square Yogyakarta .....	49-51
2. Wahana yang Dimiliki XT Square Yogyakarta.....	52-54
3. Event-event yang Dihadirkan di XT Square Yogyakarta.....	54-56
4. Fasilitas Tambahan .....	56
C. Struktur Organisasi Manajemen XT Square Yogyakarta.....	57-66

### BAB IV. LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA PRAKTIK KOMUNIKASI PEMASARAN XT SQUARE YOGYAKARTA

A. Hasil Penelitian .....	67
1. Arti Penting Praktik Promosi Produk Wisata bagi XT Square.....	67-70
2. Elemen-Elemen Bauran Promosi yang Digunakan XT Square dalam Usaha Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan .....	70-92
3. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Praktik Promosi Produk Wisata XT Square .....	93-96
B. Analisis Data .....	96
1. Arti Penting Praktik Promosi Produk Wisata bagi XT Square.....	96-98
2. Elemen-Elemen Bauran Promosi yang Digunakan XT Square dalam Usaha Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan .....	98-109
3. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Praktik Promosi Produk Wisata XT Square .....	109-111

## BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan .....	112-117
B. Saran .....	117-119

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN