UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DI SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
TIMOTIUS KHRISNA WAHYUPRATAMA, Prof. Dr. Marsono, S.U.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

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
ABSTRACT xi
INTISARI xii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR BAGAN xvii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 LatarBelakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian..... 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.4.1 Manfaat Teoritis..... 5
1.4.2 Manfaat Praktis..... 6
1.5 Tinjauan Pustaka 6
1.6 Landasan Teori 8
1.6.1 Strategi..... 8
1.6.2 Pengertian Pemasaran..... 9
1.6.3 Strategi Pemasaran..... 9
1.6.4 Bauran Pemasaran..... 10
1.6.5 Pemasaran Pariwisata..... 12
1.6.6 Komponen Penawaran Produk Wisata..... 13
1.6.7 Teori Usaha Perjalanan Wisata..... 14
1.7 Metode Penelitian 15
1.7.1 Metode Pengumpulan Data..... 15
1.7.2 Metode Analisis Data..... 17
1.8 Sistematika Penulisan..... 18

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DI SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
TIMOTIUS KHRISNA WAHYUPRATAMA, Prof. Dr. Marsono, S.U.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II GAMBARAN UMUM SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
2.1 Sejarah Soar Holidays Yogyakarta..... 19
2.2 Identitas Perusahaan 20
2.3 Visi dan Misi Soar Holidays Yogyakarta..... 22
2.3.1 Visi 22
2.3.2 Misi 22
2.4 Struktur Organisasi Soar Holidays Yogyaarta…..... 23
2.5 Fasilitas Perusahaan……..... 24
2.6 Produk Soar Holidays Yogyakarta..... 25
2.7 Strategi Pemasaran..... 36

BAB III ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
3.1 Analisis *Marketing Mix* Soar Holidays Yogyakarta..... 39
3.1.1 Produk *(Product)*..... 40
3.1.2 Harga *(Price)*..... 48
3.1.3 Tempat *(Place)* 52
3.1.4 Promosi *(Promotion*)..... 54
3.2 Data Wisatawan Soar Holidays Yogyakarta……..... 62
3.3 Nilai Penjualan Produk 65

BAB IV PENUTUP
4.1 Kesimpulan 63
4.2 Saran 64

DAFTAR PUSTAKA ……..... 66

DAFTAR LAMAN 67

LAMPIRAN 68

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS 72

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DI SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
TIMOTIUS KHRISNA WAHYUPRATAMA, Prof. Dr. Marsono, S.U.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Peta Lokasi Soar Holidays Yogyakarta……..	21
Gambar 2.	Banner Soar Holidays Yogyakarta.....……..……..	59
Gambar 3.	Iklan Koran Soar Holidays Yogyakarta…….....	60
Gambar 4.	Proposal Penawaran Soar Holidays Yogyakarta .....……..	70
Gambar 5.	Stopmap Soar Holidays Yogyakarta …….....	71

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DI SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
TIMOTIUS KHRISNA WAHYUPRATAMA, Prof. Dr. Marsono, S.U.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Paket Tour 4 Hari 3 Malam Yogyakarta	25
Tabel 2.	Paket Tour 3 Hari 2 Malam Batu-Bromo	28
Tabel 3.	Paket Tour 4 Hari 3 Malam Bandung	31
Tabel 4.	Paket Tour 3 Malam 4 Hari Kuala Lumpur – Genting	33
Tabel 5.	Paket Tour 3 Hari 2 Malam Singapore	35
Tabel 6.	Data Wisatawan Paket Wisata Domestik Soar Holidays Yogyakarta Januari 2016 – Juni 2016	62
Tabel 7.	Data Wisatawan Paket Wisata Domestik Soar Holidays Yogyakarta Juli 2016 – Desember 2016	63
Tabel 8.	Nilai Penjualan Produk Wisata Domestik Soar Holidays Yogyakarta Januari 2016 – Desember 2016	65

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK : ANALISIS BAURAN PEMASARAN DI SOAR HOLIDAYS YOGYAKARTA
TIMOTIUS KHRISNA WAHYUPRATAMA, Prof. Dr. Marsono, S.U.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organisasi Soar Holidays Yogyakarta 23
Bagan 2. Bagan *Personal Selling* 56