

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	0
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT.....	xv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	01
1.2. Rumusan Masalah .....	04
1.3. Tujuan Penelitian .....	04
1.4. Manfaat Penelitian .....	04

## BAB II KERANGKA TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran .....	06
2.2. Pemasaran Pariwisata.....	07
2.3. Strategi Pemasaran.....	09
2.3.1. Strategi STP ( <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> ).....	11
2.3.2. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	16
2.4. Faktor-Faktor Kunci Strategi Pemasaran .....	29
2.6. Kerangka Pikir Penelitian .....	33
2.7. Penelitian Terdahulu .....	34

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Fokus, Lokus, dan Waktu Penelitian .....	36
3.3. Sumber Data.....	37



3.4. Unit Analisis Penelitian.....	40
3.5. Validitas Data Penelitian.....	40
3.6. Metode Analisis Data.....	42

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM ORGANISASI**

4.1. Profil dan Sejarah Gembira Loka Zoo .....	44
4.2. Profil PT Buana Alam Tirta (BAT) .....	47
4.3. Visi, Misi dan Logo KRKB Gembira Loka	
4.3.1. Visi KRKB Gembira Loka .....	49
4.3.2. Misi KRKB Gembira Loka .....	49
4.3.3. Logo KRKB Gembira Loka .....	50
4.4. Fungsi Gembira Loka Zoo .....	50
4.5. Koleksi Tumbuhan dan Satwa GLZoo	
4.5.1. Koleksi Tumbuhan Gembira Loka Zoo.....	53
4.5.2. Koleksi Satwa Gembira Loka Zoo .....	55

#### **BAB V IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN**

5.1. Kunjungan Wisatawan ke Gembira Loka Zoo.....	58
5.2. Analisis STP ( <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> )	
5.2.1. <i>Segmentation</i> (Segmentasi) .....	62
5.2.2. <i>Targeting</i> (Pemilihan Target Pasar) .....	64
5.2.3. <i>Positioning</i> (Penanaman Imej).....	65
5.3. Analisis Bauran Pemasaran 7P	
5.3.1. Analisis Strategi <i>Product</i> (Produk) .....	74
5.3.2. Analisis Strategi <i>Promotion</i> (Promosi).....	100
5.3.3. Analisis Strategi <i>Place</i> (Tempat/Distribusi) .....	120
5.3.4. Analisis Strategi <i>Price</i> (Harga) .....	128
5.3.5. Analisis Strategi <i>Personnel</i> (Personel) .....	134
5.3.6. Analisis Strategi <i>Physical Facility</i> (Fasilitas Fisik).....	140
5.3.7. Analisis Strategi <i>Proccess Management</i> (Proses Manajemen).....	154
5.4. Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan Implementasi Strategi Pemasaran Gembira Loka Zoo di Bawah Pengelolaan PT Buana Alam Tirta Tahun 2010-2015	
5.4.1. Pengelolaan Organisasi Pemasaran.....	160
5.4.2. Pengembangan Produk Wisata .....	166
5.4.3. Adopsi Teknologi.....	169



5.4.4. Kerja Sama dengan Pemerintah .....	172
---	-----

## **BAB VI PENUTUP**

6.1. Kesimpulan .....	175
-----------------------	-----

6.2. Saran .....	179
------------------	-----

<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	184
-------------------------------	-----

<b>LAMPIRAN 1</b> .....	189
-------------------------	-----

<b>LAMPIRAN 2</b> .....	190
-------------------------	-----