

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR ISTILAH	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTISARI.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Tinjauan Pustaka	5
1.6 Landasan Teori.....	9
1.6.1 Wisata Kuliner	9
1.6.2 Produk Wisata	10
1.6.3 Strategi Pemasaran	12

1.6.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
1.7 Metode Penelitian.....	18
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	18
1.7.2 Metode Analisis Data	21
1.8 Sistematika Penulisan.....	21
 BAB II GAMBARAN UMUM.....	23
2.1 Gambaran Umum “Jogja Scrummy”	23
2.1.1 Sejarah Pembentukan “Jogja Scrummy”	23
2.1.2 Asal Nama Merek “Jogja Scrummy”	24
2.1.3 Produk “Jogja Scrummy” Secara Umum.....	25
2.1.4 Proses Produksi “Jogja Scrummy”	26
2.1.5 Struktur Organisasi.....	29
2.2 Gambaran Umum “Bakpia Patuk 75”	31
2.2.1 Sejarah Pembentukan “Bakpia Patuk 75”	31
2.2.2 Asal Nama Merek “75”	33
2.2.3 Produk “Bakpia Patuk 75” Secara Umum	33
2.2.4 Proses Produksi “Bakpia Patuk 75”	34
2.2.5 Struktur Organisasi.....	39
 BAB III PEMBAHASAN	42
3.1 Perbandingan “Jogja Scrummy” dan “Bakpia Patuk 75”	42
3.1.1 Produk (<i>Product</i>).....	42
3.1.2 Harga (<i>Price</i>).....	61
3.1.3 Tempat / Distribusi (<i>Place</i>).....	65
3.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	77
3.2 Rekomendasi Strategi Pemasaran yang Efektif Bagi “Jogja Scrummy”	82
 BAB IV PENUTUP	87
4.1 Kesimpulan	87
4.2 Saran.....	90
 DAFTAR PUSTAKA	92
 PUSTAKA LAMAN.....	94
 LAMPIRAN	95
 PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	100