

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	
Halaman Pengesahan .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Daftar isi.....	iii
Daftar Tabel .....	iv
Daftar Gambar .....	v
Daftar Lampiran.....	vi
Intisari .....	vii
Abstract .....	viii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah Penelitian .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	17
1.5 Keaslian Penelitian.....	18

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Pengertian Pariwisata.....	22
2.2 Wisata MICE .....	25
2.3 Wisatawan MICE .....	29
2.4 Motivasi Wisatawan MICE.....	33
2.5 Destinasi Wisata MICE.....	36
2.6 <i>Event Organizer</i> (EO) Sebagai Profesi .....	42
2.7 <i>Event Organizer</i> (EO) Sebagai Salah Satu <i>Stakeholder</i> Wisata MICE....	43
2.8 Strategi Pemasaran.....	45

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	53
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	55
3.4 Menentukan Informan.....	55
3.5 Variabel Penelitian.....	57
3.6 Validasi Data.....	59
3.7 Analisis Data.....	59

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Event Organizer .....	63
4.1.1.	PT. Dyandra Promosindo Event Organizer .....	63
4.1.2.	PT. Mavindo Pratama .....	64
4.1.3.	PT. Interpro Reka Cipta Media .....	64
4.1.4.	Mahkota Event Organizer .....	65
4.1.5.	GM Production.....	65
4.1.6.	CV. Suluh Media Kreasi .....	66
4.1.7.	Klapa Production .....	66
4.1.7.	PT. Medialink International .....	66
4.2	Produk Event Organizer .....	67
4.3	Pasar yang menggunakan jasa Event Organizer .....	71
4.4	Strategi Pemasaran Event Organizer .....	73
4.5	Integrasi Strategi Pemasaran .....	104

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

4.1	Kesimpulandan Saran .....	109
-----	---------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA .....	113
----------------------	-----

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1 Jumlah <i>Meeting</i> di Dunia Tahun 2002 – 2011 .....	3
Tabel 1.2 Prosentase Wilayah Sebagai Destinasi Wisata MICE Berskala Internasional di Indonesia Tahun 2007 .....	6
Tabel 1.3 Presentase Wisatawan MICE, Wisatawan Liburan (holiday) di Yogyakarta (2011-2012) .....	7
Tabel 1.4 Jadwal Pameran Besar di Yogyakarta .....	10
Tabel 1.5 Venue dan Stakeholder Bisnis MICE di Yogyakarta .....	13
Tabel 3.1 Variabel dalam Bauran Pemasaran 7P .....	58
Tabel 4.1 Produk Event Organizer .....	66
Tabel 4.2 Pasar Jasa Event Organizer dan Skala Event .....	72
Tabel 4.3 Kategorisasi Aspek Pemasaran PT. Dyandra Promosindo .....	80
Tabel 4.4 Kategorisasi Aspek Pemasaran CV. Suluh Media Kreasi .....	84
Tabel 4.5 Kategorisasi Aspek Pemasaran GM Produktion .....	88
Tabel 4.6 Kategorisasi Aspek Pemasaran PT. Mavindo Pratama .....	91
Tabel 4.7 Kategorisasi Aspek Pemasaran Mahkota Event Organizer .....	94
Tabel 4.8 Kategorisasi Aspek Pemasaran Klapa Produktion .....	97
Tabel 4.9 Kategorisasi Aspek Pemasaran PT. Interpro Reka Cipta Media .....	99
Tabel 4.10 Kategorisasi Aspek Pemasaran PT. Interlink International .....	102
Tabel 4.11 Integrasi Strategi Pemasaran Event Organizer .....	107
Gambar 1.1 Perkembangan MICE di Indonesia .....	5
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan MICE di Yogyakarta .....	7