

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR SINGKATAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
a. Teoritis	6
b. Praktis	6
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Landasan Teori	11
a. Biro Perjalanan Wisata (BPW)	11
b. Strategi Pemasaran.....	12
c. <i>Segmenting</i>	12
a. <i>Targeting</i>	14
e. <i>Positioning</i>	16
1.7 Metode Penelitian	17
a. Jenis Penelitian.....	17
b. Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
c. Alat Penelitian.....	19

d. Teknik Pengumpulan Data.....	19
e. Jenis Data	21
f. Analisis Data	22
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	24
2.1 Lokasi Penelitian.....	24
2.2 Profil OBKA Tourmaker	25
2.3 Sejarah Singkat OBKA Tourmaker	26
2.4 Visi dan Misi OBKA Tourmaker.....	27
2.6 Logo OBKA Tourmaker	29
BAB III PEMBAHASAN	30
3.1 Strategi Pemasaran OBKA Tourmaker.....	30
3.2 Kendala yang dihadapi OBKA Tourmaker dalam menerapkan strategi pemasaran melalui analisis <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> di masa pandemi COVID-19	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
4.1 Kesimpulan	45
4.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50