

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Strategi Marketing Mix	17
B. Media Sosial.....	29
C. Minat Berkunjung	35
D. Wisatawan	37
E. Penelitian Terdahulu	39
F. Kerangka Teori.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	54
C. Kehadiran Peneliti.....	54
D. Data dan Sumber Data	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Teknik Analisis Data.....	60
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	63
H. Tahap-Tahap Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	68
A. Gambaran Objek Penelitian	68
B. Paparan Data	74
C. Temuan Penelitian.....	127
BAB V PEMBAHASAN	138
A. Strategi <i>Marketing Mix</i> 4P yang Dilakukan oleh Pujasera “Den Bagus”	138
B. Faktor Penghambat dan Pendukung Penerapan Strategi <i>Marketing</i> <i>Mix</i> 4P pada Pujasera “Den Bagus” dalam Meningkatkan Minat Wisatawan	155
C. Perkembangan Penjualan pada Pujasera “Den Bagus” dalam Menerapkan Strategi <i>Marketing Mix</i> 4P	161

BAB VI PENUTUP	164
A. Kesimpulan	164
B. Saran	167
DAFTAR PUSTAKA.....	170
LAMPIRAN.....	173