DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
PRAKATA ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR TABEL ..... **vi**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah 11
1.2.1 Identifikasi Masalah 11
1.2.2 Perumusan Masalah 11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11
1.3.1 Maksud Penelitian 11
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 12
1.4.1 Kegunaan Praktis 12
1.4.2 Kegunaan Akademis 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 10
2.1.1 Pemasaran 10
2.1.2 Manajemen Pemasaran 11
2.2 Industri Pariwisata 12
2.3 Promosi 14
2.3.1 Tujuan Promosi 14
2.3.2 Bentuk Kegiatan Promosi 15
2.3.3 Indikator Promosi 16
2.4 *Analytical Hierarchy Process* (AHP) 16
2.4.1 Tahap Penyelesaian AHP 16
2.4.2 Kelebihan dan Kekurangan AHP 17
2.5 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran 19
2.5.1 Penelitian Terdahulu 19
2.5.2 Kerangka Pemikiran 25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **27**
3.1 Jenis Penelitian 27
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian 27
3.3 Jenis dan Sumber Data 27
3.4 Operasionalisasi Variabel 28
3.5 Metode Penarikan Sampel 28
3.6 Metode Pengumpulan Data 29
3.7 Metode Analisis Data 30