

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Pelaksanaan Penelitian	4
1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pariwisata	5
2.1.1 Industri Pariwisata.....	5
2.1.2 Hospitality.....	6
2.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2 Proses Pemasaran	11
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.3 Pemasaran Jasa	12
2.3.1 Karakteristik Jasa	12
2.3.2 Bauran pemasaran Jasa.....	14
2.4 Pengertian Strategi.....	16
2.5 Strategi Pemasaran	17
2.6 Analisis Strategi.....	19

2.6.1	Proses memilih strategi	19
2.6.2	Tahap input.....	20
2.6.3	Analisis SWOT (Tahap Pencocokan).....	26
2.6.4	QSPM (Tahap Keputusan)	29
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.8	Kerangka Berpikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Data dan Sumber Data.....	36
3.1.1	Jenis Data	36
3.1.2	Sumber Data.....	36
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3	Metode Analisis Data	37
3.4	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
3.4.1	Visi dan Misi <i>Guest House</i> Jangga House	41
3.4.2	Struktur Organisasi.....	42
3.5	Identifikasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal.....	43
3.5.1	Identifikasi Faktor Internal.....	43
3.5.2	Identifikasi Faktor Eksternal <i>Guest House</i> Jangga House.....	44
3.6	Kuisiner Riset SWOT	46
3.7	Matriks IFAS dan Matriks EFAS	53
3.8	Definisi Operasional	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Hasil	58
4.1.1	Perumusan Strategi melalui Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	58
4.1.2	Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) 60	
4.2	Pembahasan	63
4.2.1	Pembahasan Matriks SWOT	63
4.2.2	Pembahasan Matriks QSPM	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 KESIMPULAN.....	68
5.2 SARAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan <i>Guest House</i> Jangga House per Semester	2
Gambar 2.1 Proses Pemasaran	11
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 3.1 Konseptual Analisis Data	38
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bentuk Usaha Penginapan	6
Tabel 2.2 Karakteristik Jasa dan Implikasi Manajemen	13
Tabel 2.3 Strategi Pemasaran Permintaan Primer	18
Tabel 2.4 Strategi Permintaan Selektif.....	19
Tabel 2.5 Penentuan Bobot Pada Faktor-Faktor Internal dan Eksternal	21
Tabel 2.6 Matriks Faktor Strategi Eksternal (Matriks EFAS)	23
Tabel 2.7 Matriks Faktor Strategi Internal (Maktris IFAS)	25
Tabel 2.8 MATRIKS SWOT	27
Tabel 2.9 MATRIKS QSPM.....	31
Tabel 3.1 Harga Kamar <i>Guest House</i> Jangga House	40
Tabel 3.2 Identifikasi Faktor Internal.....	43
Tabel 3.3 Faktor Ekstenal <i>Guest House</i> Jangga House.....	45
Tabel 3.4 Kuisisioner Riset SWOT	48
Tabel 3.5 Perhitungan Skor Bobot.....	50
Tabel 3.6 Matriks IFAS.....	54
Tabel 3.7 Matriks EFAS	55
Tabel 4.1 Hasil Matriks SWOT	58
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Matriks QSPM.....	60
Tabel 4.3 Peringkat Matriks QSPM	66