

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Strategi	7
2. Strategi Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix Strategy</i>)	10
4. Agrowisata	16
5. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)	18
6. Analisis Strategi SWOT	19
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Konsep	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. Metode Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	30
D. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	32
E. Variabel Penelitian	33
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
G. Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
B. Sejarah Agrowisata Danau Laet	43

C. Karakteristik Responden.....	45
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47
E. Definisi Variabel.....	48
F. Analisis SWOT	65
1. Matriks IFE (Internal).....	65
2. Matriks EFE (eksternal).....	67
3. Matriks <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	69
4. Posisi Strategi Pemasaran Agrowisata Danau Laet.....	72
5. Matriks SWOT	73
G. Pembahasan Temuan Pada Konsep Strategi Pemasaran.....	79
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87