

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	7
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	7
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	8
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Bagi Penulis	8
1.5.2 Bagi Instansi Pariwisata.....	8
1.5.3 Bagi Institusi	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12

2.1.2 Konsep Pemasaran	13
2.2 Strategi Pemasaran	14
2.1.1 Komponen Strategi Pemasaran	15
2.3 Bauran Pemasaran	16
2.4 Analisis SWOT	20
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Kerangka Pemikiran	29
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Sumber Data.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Variabel Penelitian	33
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7 Metode Analisis Data	34
3.7.1 Matriks SWOT	35
3.7.2 Matriks IFAS dan EFAS	37
3.7.2.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	38
3.7.2.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	39
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Analisis Data.....	43
4.1.1 Profil Objek Penelitian	43
4.2 Analisis Data	44
4.3 Hasil Pembahasan	81
BAB V.....	76
SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan UPTD Museum Negeri Provinsi Lampung	4
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	25
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3. 1 Diagram Analisis EFAS & IFAS	41
Gambar 4. 1 Matriks Analisis Kuadran IFAS dan EFAS Strategi Pemasaran Objek Wisata Museum Lampung	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Nusantara Ke Provinsi Lampung.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Tamu Umum Ke Museum Lampung Tahun 2020-2024.....	4
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	23
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	35
Tabel 3. 4 Matriks IFAS	38
Tabel 3. 5 Matriks EFAS	39
Tabel 4. 1 Faktor Internal dan Eksternal	71
Tabel 4. 2 Tahap Pembuatan Matriks SWOT	73
Tabel 4. 3 Matriks IFAS (kekuatan) Strategi Pemasaran.....	75
Tabel 4. 4 Matriks IFAS (kelemahan) Strategi Pemasaran.....	77
Tabel 4. 5 Matriks EFAS (peluang) Strategi Pemasaran	78
Tabel 4. 6 Matriks EFAS (ancaman) Strategi Pemasaran.....	79