

## DAFTAR ISI

---

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Sejarah Lembang .....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	10
<b>BAB 2 KAJIAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
1.3 LANDASAN TEORI.....	11
1.3.1 Pengertian Pariwisata .....	11
1.3.2 Jenis Pariwisata .....	11
1.3.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
1.3.4 Bauran Pemasaran .....	13
1.3.5 Teori Promosi .....	15
1.3.6 Dimensi dan Indikator Promosi.....	15
1.3.7 Teori Harga .....	16
1.3.8 Dimensi dan Indikator Harga.....	18
1.3.9 Teori Brand Image .....	20
1.3.10 Dimensi dan Indikator Brand Image.....	20

1.4	Penelitian Terdahulu.....	22
1.5	Kerangka Pemikiran.....	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		24
1.6	Objek Penelitian.....	24
1.7	Metode Penelitian.....	24
1.8	Jadwal Penelitian.....	26
1.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.6	Teknik Analisa Data.....	29
1.7	Operasional Variabel.....	29
1.8	Tahapan Penelitian.....	32
BAB 4 DATA DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Profil Objek Wisata.....	34
1.8.1	Profile Perusahaan.....	37
1.8.2	Destinasi Objek Wisata The Great Asia Afrika.....	38
1.2	Hasil Penelitian.....	45
1.2.1	Peran Bauran Promosi pada The Great Asia Afrika.....	45
1.2.2	Peran Bauran harga pada The Great Asia Afrika.....	52
1.2.3	Peran Bauran Brand Image pada The Great Asia Afrika.....	58
Bab 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Bagi Pengelola The Great Asia Afrika.....	64
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		69