

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
HALAMAN JUDUL	ii
MENYETUJUI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
SANWACANA	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan.....	4
C. Tujuan Penulisan	4
D. Kegunaan Penulisan	4
E. Metode Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran	6
1. Pengertian Strategi	6
2. Pemasaran industri pariwisata	7
B. Promosi	8
1. Pengertian dan Ruang Lingkup Promosi.....	8
2. Elemen-Element Promosi	9
3. Media Promosi	10
4. Syarat-syarat Promosi Yang Baik	11
5. Bauran Promosi (<i>promotional Mix</i>)	12
C. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	14
1. Pengertian Promosi Penjualan.....	14
2. Beberapa cara promosi penjualan.....	15
D. Periklanan	17
1. Pengertian Iklan	17
2. Macam-macam Iklan.....	17
E. <i>Personal Selling</i>	18
F. <i>Public Relations</i>	19

BAB III GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Lembah Hijau Bandar Lampung	21
1. Sejarah Singkat PT Lembah Hijau	21
2. Lokasi PT Lembah Hijau	24
3. Struktur Organisasi PT Lembah Hijau	25
4. Uraian Tugas Karyawan PT Lembah Hijau	27

5. Visi dan Misi PT Lembah Hijau	29
B. Pembahasan.....	29
1. Strategi Promosi PT Lembah Hijau Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Bandar Lampung ..	29
2. Perkembangan Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung Dari Tahun 2007-2009	36
3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi	37

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	38
B. Saran	39

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung Tahun 2007-2009.	2
2. Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung Tahun 2007-2009.	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Struktur Organisasi PT Lembah Hijau Bandar Lampung	26