

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pernyataan Masalah.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Rangkuman Teori	6
2.1.1 Produk Oleh-Oleh	6
2.1.2 <i>Local Wisdom</i> (Kearifan Lokal).....	7
2.1.3 Pemasaran Pariwisata (<i>Tourism Marketing</i>)	9
2.1.4 Analisis SWOT	16
2.1.5 Analisis PEST	22
2.1.6 <i>Porter's Five Forces Model</i>	23
2.1.7 Model AISAS.....	27
2.1.8 Metode <i>Mind Mapping</i> (Peta Pikiran).....	29
2.1.9 Desain dan Pengembangan Produk.....	29
2.1.10 Desain Komunikasi Visual.....	30
2.1.11 Kemasan dan <i>Brand Identity</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	48
2.3 Kerangka Pemikiran	51

2.4	Hipotesis Penelitian	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis Dan Sumber Data	52
3.2	Metode Pengumpulan Data	52
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.3.1	Uji Validitas	53
3.3.2	Uji Reliabilitas	54
3.4	Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	55
3.5	Kerangka Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Faktor Internal.....	59
4.1.2	Faktor Eksternal	63
4.2	Pengolahan dan Analisis Data	65
4.2.1	Analisis PEST	65
4.2.2	<i>Porter's Five Forces Model</i>	68
4.2.3	Analisis Variabel Faktor Internal dan Eksternal	75
4.2.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
4.2.5	Matriks IFE dan EFE	79
4.2.6	Matriks IE	82
4.2.7	Matriks SWOT	82
4.3	Konsep Desain.....	86
4.3.1	<i>Mindmap</i> Unsur Produk Tipa-Tipa	86
4.3.2	Alternatif Sketsa.....	97
4.3.3	Konsep Akhir	106

4.3.4 Desain Akhir	109
BAB V PENUTUP.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	130