

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM PARIWISATA
BERKELANJUTAN: Studi Kasus Jatim Park 3**

SCRIPT PRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

Ni Luh Ayu Wiri Ardini S

202010160311014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

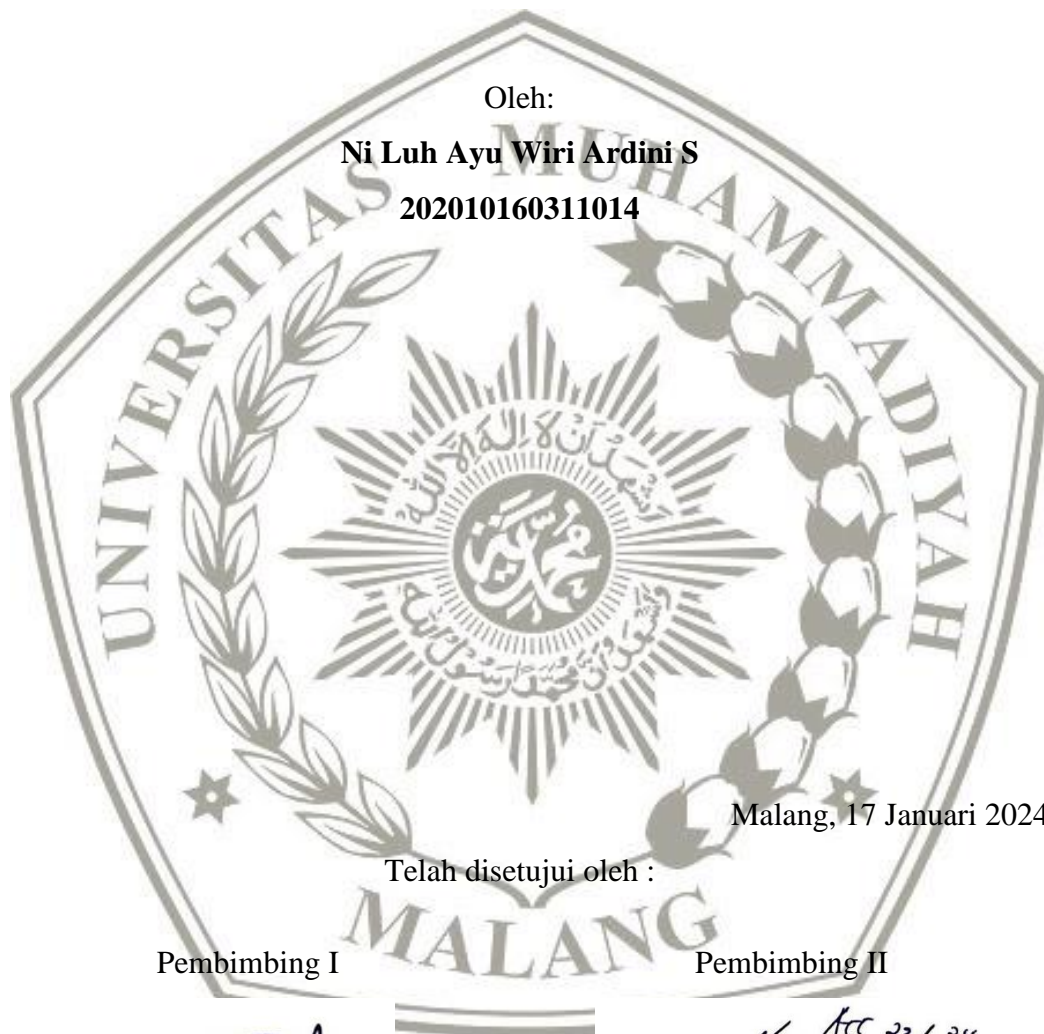
SCRIPT PRENEUR

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM PARIWISATA
BERKELANJUTAN: Studi Kasus Jatim Park 3**

Oleh:

Ni Luh Ayu Wiri Ardini S

202010160311014



Malang, 17 Januari 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Nurul Asfiah, M.M)

(Novi Puji Lestari, S.E, M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM PARIWISATA
BERKELANJUTAN : Studi Kasus Jatim Park 3**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Ni Luh Ayu Wiri Ardini S**

NIM : **202010160311014**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal **23 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Drs. Noor Azis, M.M.**

Penguji II : **Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.**

Penguji III : **Novi Puji Lestari, S.E., M.M.**

Penguji IV : **Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Ni Luh Ayu Wiri Ardini S
NIM : 202010160311014
Program Studi : Manajemen
mail : ayuushaakilla11@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

- 4 Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
- 5 Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam Script preneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
- 6 Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku

Malang, 17 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Ni Luh Ayu Wiri Ardini S.

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM PARIWISATA
BERKELANJUTAN: Studi Kasus Jatim Park 3
Ni Luh Ayu Wiri Ardini S, Dr. Nurul Asfiah, MM,
Novi Puji Lestari, S.E, M.M
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail : ayuushaakilla11@gmail.com**

ABSTRACT

Competition in the tourism industry is the main basis for considering the determination of the right marketing strategy to influence consumer interest in terms of visitation. The important elements of the company in meeting consumer satisfaction are controlled by a series of 7P marketing mix strategies. Therefore, this research focuses on the marketing mix strategy carried out by Jawa Timur Park 3 to determine the holistic role of the marketing mix variables; product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence in achieving sustainable marketing and tourism goals. The type of research used in this research is descriptive qualitative based with purposive sampling technique. The data collection methods used are interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that the implementation of the marketing mix strategy at Jawa Timur Park 3 has a significant impact on the marketing approach while supporting sustainable tourism as a form of preservation of cultural and ecological assets in the long term.

Keywords: *7P Marketing Mix Strategy, Jawa Timur Park 3, Sustainable Tourism.*



**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM PARIWISATA
BERKELANJUTAN: Studi Kasus Jatim Park 3
Ni Luh Ayu Wiri Ardini S, Dr. Nurul Asfiah, MM,
Novi Puji Lestari, S.E, M.M
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail : ayuushaakilla11@gmail.com**

ABSTRAK

Persaingan dalam industri pariwisata menjadi landasan utama untuk mempertimbangkan penentuan strategi pemasaran yang tepat dalam memengaruhi minat kunjung konsumen. Elemen-elemen penting perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen dikendalikan oleh serangkaian strategi bauran pemasaran 7P. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi bauran pemasaran yang dilakukan Jawa Timur Park 3 untuk mengetahui penerapan secara holistik pada variabel bauran pemasaran *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence* dalam pencapaian pariwisata yang berkelanjutan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbasis kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran pada Jawa Timur Park 3 memberikan dampak yang cukup signifikan pada pendekatan pemasaran dalam mendukung terjadinya pariwisata berkelanjutan sebagai bentuk pelestarian aset budaya dan ekologi dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran 7P, Jawa Timur Park 3, Pariwisata Berkelanjutan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga script preneur dengan judul “Peran Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Dalam Pariwisata Berkelanjutan: Studi Kasus Jawa Timur Park 3” dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Segala perjuangan penulis tidak terlepas dari dukungan dan doa orang-orang hebat yang menjadi alasan penulis untuk kuat sampai detik ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin sampaikan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Ibu Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan kepada penulis dalam penyusunan script preneur ini.
4. Ibu Novi Puji Lestari, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan kepada penulis dalam penyusunan script preneur ini.
5. Bapak Noor Azis, Drs., MM dan Bapak Immanuel Mu’ammal, SE., MM selaku Dosen Penguji I dan II peneliti yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti.
6. Bapak Dr. R Iqbal Robie, S.E, M.M. selaku dosen, pembimbing yang memberikan motivasi, wawasan dan banyak bantuan kepada penulis.
7. Terkhusus cinta pertama penulis, (Alm) H. Anang Imam Suwodjo yang semasa hidupnya selalu memberikan dorongan baik moral maupun moril kepada penulis, meskipun perjalanan ini harus penulis lewati tanpa

8. dampungnya tetapi cintanya akan tetap hidup dalam diri penulis, dan pintu surga penulis Hj. Eka Yuliani Nurjannah sosok ibu kuat yang selalu memberikan semangat, melangitkan doa, melimpahkan materi yang tiada henti serta menjadi sandaran terkuat sehingga penulis mampu berada diposisi ini.
9. Ni Luh Ayu Wiri Ardini S, diri penulis yang sudah bertahan sejauh ini, berjuang dalam pahit dan manisnya hidup, mengusahakan segalanya, dan selalu yakin dalam berbagai kondisi salah satunya untuk menyelesaikan kewajiban penulisan script preneur ini.
10. Kakak dan adik perempuan penulis Sisca Udayani, Putri Amira dan Putri Helmia, yang selalu menguatkan dan mendukung setiap langkah penulis.
11. Arief Nur Rahman, Asmaul Kollifah dan Asha Kun Nayla sahabat penulis yang selalu mau untuk penulis repotkan, sabar dalam mendengarkan keluh kesah serta memberikan bantuan yang luar biasa di titik terendah penulis.
12. Dwi Nur Shinta sebagai sahabat sekaligus saudara penulis yang sudah mau bergadang, hujan-hujan, menangis, dan berjuang bersama dalam mengejar ACC.
13. Roza Novesya, Shindycha Fatma dan Ella Dara sebagai teman seperjuangan yang kebersamaan penulis sampai di titik ini.
14. Zaky Praja Fathur Rachman sebagai sahabat terbaik yang selalu memberikan afirmasi dan memberikan dorongan positif untuk penulis dapat bangkit didalam situasi apapun.
15. Gina Yulia Mawi, Taraditha Islamy dan Nadia Lailatul sahabat penulis yang selalu ada didalam kondisi apapun, terimakasih sudah mendengarkan segala cerita, tawa, tangis penulis selama di Malang. Kenangan memutar Malang sambil menyanyi dan menangis di mobil akan penulis kenang selamanya.
16. Bunga Ratu, Fira Hertania, Salsabila Hanan, Nada Samira, Afiah, Annisa Puspita, Karina Adra, Laila yang memberikan penulis banyak pengalaman berharga dan kenangan indah bersama kalian selama ini.

17. Widya Sisca, tante kos penulis yang sudah menjadi ibu kedua untuk penulis di kota rantau ini. Terimakasih untuk segala permintaan menu sarapan, makan malam, dan dan snack-snack yang diberikan kepada penulis.
18. Seluruh teman dekat dan kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu serta mendoakan penulis dalam menyusun script preneur ini dari awal hingga akhir.

Kepada beliau dan mereka semua hanya ungkapkan terima kasih dan doa tulus yang dapat penulis persembahkan. Dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan. Kritik dan saran kepada semua pihak sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan Script preneur ini. Terima Kasih.

Walaikumsallam Wr. Wb.

Malang, 17 Januari 2024



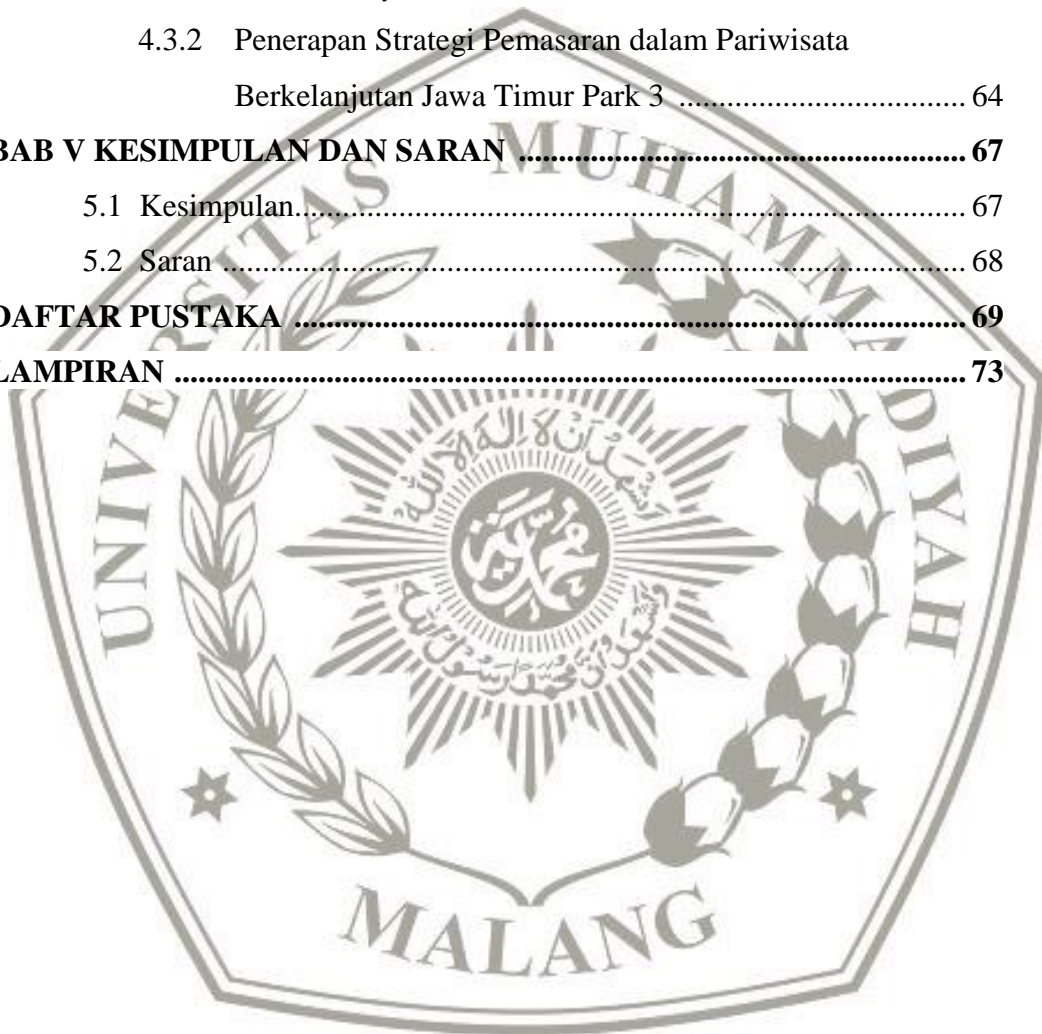
(Ni Luh Ayu Wiri Ardini S)

DAFTAR ISI

LEMBAR PESETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	ix
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
1.4.2 Manfaat Teoritis	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	10
2.3 Pariwisata	13
2.4 Wisata Edukasi (Edupark)	17
2.5 Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism)	20
2.6 Kerangka Konseptual Penelitian	26
2.7 Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Subyek Penelitian	29

3.4 Fokus Penelitian	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.5.1 Wawancara	31
3.5.2 Dokumentasi	32
3.5.3 Observasi	32
3.6 Metode Analisis Data	33
3.6.1 Reduksi Data	34
3.6.2 Penyajian Data (Data Display)	34
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 <i>Profile</i> Wisata Edukasi Jawa Timur Park 3	36
4.1.1 Visi dan Misi Jawa Timur Park 3	36
4.1.2 Struktur Organisasi Jawa Timur Park 3	38
4.2 Analisa Deskriptif	40
4.2.1 Penerapan Strategi Pemasaran Jawa Timur Park 3	40
4.2.1.1 <i>Product</i>	40
4.2.1.2 <i>Price</i>	41
4.2.1.3 <i>Promotion</i>	42
4.2.1.4 <i>Place</i>	43
4.2.1.5 <i>People</i>	44
4.2.1.6 <i>Process</i>	45
4.2.1.7 <i>Physical Evidence</i>	46
4.2.2 Penerapan Pariwisata Berkelanjutan pada Jawa Timur Park 3	47
4.2.2.1 <i>People</i>	47
4.2.2.2 <i>Planet</i>	47
4.2.2.3 <i>Profit</i>	48
4.3 Pembahasan Strategi Pemasaran Wisata Edukasi pada Pariwisata Berkelanjutan	49
4.3.1 Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Jawa Timur Park 3	49

4.3.1.1	<i>Product</i>	50
4.3.1.2	<i>Price</i>	53
4.3.1.3	<i>Promotion</i>	56
4.3.1.4	<i>Place</i>	59
4.3.1.5	<i>People</i>	60
4.3.1.6	<i>Process</i>	61
4.3.1.7	<i>Physical Evidence</i>	62
4.3.2	Penerapan Strategi Pemasaran dalam Pariwisata Berkelanjutan Jawa Timur Park 3	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1. Informan Wawancara Penelitian	32
Tabel 4.1 Harga <i>Bundling</i> di Jawa Timur Park 3.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Total Kunjungan Wisata Mancanegara 2019-2023	1
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman	35
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Jawa Timur Park 3	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Penelitian	73
Lampiran 2: Pedoman Wawancara	75
Lampiran 3: Transkrip Wawancara	78



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arida, I. N. S. (2017). Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. (2019). Statistik Kepariwisataaan Indonesia 2019.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- DeWalt, K. M., & DeWalt, B. R. (2011). *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers*. AltaMira Press.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing ethnographic fieldnotes*. University of Chicago Press.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in practice* (3rd ed.).
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lazer, W., & Kelley, E. J. (1973). *Social Marketing: Perspectives and Viewpoints* (W. Lazer & E. J. Kelley, Eds.). R. D. Irwin.
- Palmer, A. (2004). *Introduction to Marketing - Theory and Practice*. UK: Oxford University Press.
- Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of management* (10th ed.). Pearson.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2011). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. SAGE Publications.
- Seidman, I. (2013). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*, Fourth Edition. Teachers College Press.
- Stewart, D. W., Shamdasani, P. N., & Rook, D. W. (2007). *Focus groups: Theory and practice*. Sage Publications.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CAB International.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2016). *Tourism and Development in the Developing World* (D. J. Telfer & R. Sharpley, Eds.). Routledge.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (4th ed.). Andi Offset.
- World Tourism Organization. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. WTO.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer focus across the firm* (4th ed., pp.117). Singapore: MC-Graw Hill.
- Sumber Artikel Jurnal
- Ahmadian, M., Samah, A.A., Gill, S.S., Saidu, M.B., & Hendijani, R.B. (2014). Residents Perceptions Toward Educational Tourism Impact: The Role of Gender Differences.
- Arif, Z. U. (2016, Januari-Juni). Using the 7Ps of Booms and Bitner as Controllable Tactical Marketing Tools: An Exploratory Study on Selected Super Shops in Bangladesh. *International Journal of Trade & Commerce-IIARTC*, 5(1), 12-29.
- Booms, B.H. & Bitner, M.J. (1981) Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms. In: *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, 47-51.
- Butler, R.W. (1993). Tourism – An Evolutionary Perspective. In J.G. Nelson, R. Butler & G. Wall (Eds.), *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, and Managing*(pp. 26–43). Dept. of Geography Publication Series, No.37. University of Waterloo.
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).
- Dewi, I. P. K. (2019, Februari 15). Kajian Tema Wisata Edukasi di Sindu Kusuma Edupark Dari Perspektif Pemasaran Pariwisata. *ALTASIA Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(1), 1-11.
- Ekawati, Rizieq, R., Widarti, S., & Viktor, F. R. (2021). Strategy of the orchard agro-tourism development in Rasau Jaya Tiga, Kubu Raya. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1-5. doi:10.1088/1755-1315/905/1/012054

- Emafri, W., & Rifai, H. (2019). Ngarai Sianok as Physics Education's Edupark. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-9. doi:10.1088/1742-6596/1185/1/012123
- Giang, N. P., Tam, H. T., & Ngan, L. T. H. (2022). Triple Bottom Line (Tbl) Performance from Sustainable Reporting Perspective. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 11528–11543. <http://journalppw.com>
- Gupta, S. (1988). Impact of Sales Promotions on When, What, and How Much to Buy. *Journal of Marketing Research*, 25(4), 342–355. <https://doi.org/10.2307/3172945>
- Hayani, Siti dan Apik Budi Santoso. 2015. 'Pemanfaatan Lingkungan sebagai Sumber Belajar Outdoor Study pada Mata Pelajaran Geografi Materi Lingkungan Hidup Kelas XI-IPS di SMA Negeri Se-Kabupaten Pekalongan'. Dalam *Jurnal Edu Geography Vol.3 (8) (2015)*. Hal 27-33.
- Hidayah, N. (2021). Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital. Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing, 7–15.
- Irawan, E. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 1–16.
- Lehoux P, Poland B, Daudelin G. Focus Group Research and "The Patient's View". *Soc Sci Med*. 2006 Oct; 63 (8): 2091-104. Doi: 10.1016/j.socscimed.2006.05.016.
- Mastika, I Ketut. 2018. Pengembangan Ekowisata Berwawasan Kearifan Lokal di Wilayah Eks Karesidenan Besuki, Jawa Timur. *JUMPA*. Vol. 4, No. 2.
- Muchammad Satrio Wibowo, & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25–32. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108>
- Purnawan, Ni Luh Ramaswati dan I Putu Sudana. 2012. "Wisata Edukasi Budaya Bali". Dalam *Majalah Aplikasi Ipteks Ngayah*, 3 (4), 2012, Hal: 51-57.
- Rinata, A. R., & Hanoë, Y. (2021). Branding "Brawijaya Edupark" Sebagai Wisata Edukasi di Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(1), 40-47.
- Stoddard, James E.; Pollard, Carol E.; Evans, Michael R. (2012). The Triple Bottom Line: A Framework for Sustainable Tourism Development. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(3), 233–258. doi:10.1080/15256480.2012.698173

Ulus Agnes Algrina. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.

Ummah, K., & Rifai, H. (2020). Preliminary analysis learning media based on edupark science with scientific methods in the national geopark of Ranah Minang Silokek of Sijunjung. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-8. doi:10.1088/1742-6596/1481/1/012065

Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. *Journal of Marketing*, 56(4), 83–93. DOI: 10.2307/1251988.

Virza, Aliffudy dan N. Rachma, M. H. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus pada Jawa Timur Park 3 Kota Wisata Batu). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 14–27.

Wijaya, Agus. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 02 ((Juni, 2018)), 1-16.

Sumber Skripsi

Agistiyana, Deni Dwi. 2016. „Pengaruh Pendekatan Outdoor Learning Berbasis Eco-Edutainment terhadap Hasil Belajar Geografi Materi Pelestarian Lingkungan Hidup Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Kutasari Purbalingga“. Artikel Skripsi. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial UNNES.

Prastanti, Aji Novia. 2015. „Pemanfaatan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sebagai Objek Wisata Edukatif di Desa Sukoharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati“. Artikel Skripsi. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial UNNES.



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 17/1/2024

Kode : 2272399136
Nama : Ni Luh Ayu Wiri Ardini S
NIM : 202010160311014
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : LULUS
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M



IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGY IN SUSTAINABLE TOURISM: A Case Study of Jatim Park 3

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

