

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Kerangka Berpikir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
B. Strategi Pengembangan Usaha	17
C. Usaha Perjalanan Wisata	19
D. Era Digital	22
E. Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital	23
F. Teori Modal Sosial James Samuel Coleman	25
G. Relevansi Teori Modal Sosial dengan Strategi Pengembangan Usaha Perjalanan Wisata di Era Digital.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	39
B. Jenis dan Sumber Data	40
C. Teknik Pengumpulan Data	42
D. Teknik Analisis Data.....	44
E. Waktu dan Tempat Penelitian	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	49
1. Gambaran Umum PT. Nuansa Reka Pratama	49

2. Lokasi dan Identitas Perusahaan.....	51
3. Bidang Usaha dan Layanan Perusahaan.....	52
4. Jaringan Kemitraan dan Customer	53
5. Posisi PT. Nuansa Reka Pratama dalam Industri Pariwisata.....	54
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
1. Faktor yang Melatarbelakangi Pengembangan Usaha Perjalanan Wisata di Era Digital	56
2. Strategi Pengembangan Usaha Perjalanan Wisata di Era Digital Khususnya Di PT.Nuansa Reka Pratama	67
3. Impact Strategi Pengembangan Usaha Perjalanan Wisata di Era Digital	79
C. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Perjalanan Wisata di PT Nuansa Reka Pratama Ditinjau Dari Teori Modal Sosial	90
BAB V PENUTUP	100
A. Simpulan.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105
RIWAYAT HIDUP	119

