

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitan.....	5
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.3 Manfaat Praktis	5
BAB II.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Definisi Pemasaran	6
2.2 Pemasaran Jasa	7
2.2.1 Definisi Pemasaran Jasa	7
2.2.2 Peranan Jasa.....	9
2.2.3 Karakteristik Jasa.....	10
2.3 Bauran Pemasaran	11
2.3.1 Definisi Pemasaran	11
2.4 Promosi.....	15
2.4.1 Definisi Promosi	15
2.4.2 Fungsi Promosi	16
2.4.3 Tujuan Promosi.....	17
2.4.4 Bauran Promosi	18
2.4.5 Strategi Promosi	22

2.5	Hotel	23
2.5.1	Definisi Hotel.....	23
2.5.2	Klasifikasi Hotel	24
2.5.2.1	Kelas	24
2.5.2.2	Lokasi.....	26
2.5.2.3	Lama Inap Tamu	27
2.5.2.4	Jenis Tamu	27
2.5.3	Bagian-Bagian Hotel	28
2.5.3.1	Departemen di Hotel.....	28
2.5.3.2	Struktur Organisasi Hotel	30
2.6	Departemen Front Office.....	31
2.6.1	Definisi Front Office	31
2.6.2	Peranan Front Office.....	31
2.6.3	Bagian-Bagian di Front Office	32
2.6.4	Bauran Promosi	29
2.7	Kerangka Pemikiran	35
2.8	Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III		39
3.1	Objek Penelitian	39
3.1.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4	Teknik Analisis Data	42
3.4.1	Analisis Deskriptif	42
3.4.2	Triangulasi.....	44
3.5	Jadwal Penelitian.....	45
BAB IV		46
4.1	Profil Hotel	46
4.1.1	Fasilitas Hotel	47
4.1.2	Struktur Sheraton Bandung Hotel & Towers.....	50
4.2	Pembahasan	51

4.2.1 Strategi Promosi Starwood Preferred Guest.....	51
4.2.2 Tren Industri	64
4.2.3 Implementasi Strategi Promosi Starwood Preferred Guest	65
BAB V.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN