

Daftar Isi

BAB 1	18
Pendahuluan	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Rumusan Masalah	22
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	22
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	23
1.3 tujuan penelitian	23
1.4 Manfaat Penelitian	24
1.4.1 Manfaat Teoritis	24
1.4.2 Manfaat Praktis	24
BAB 2	26
TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Tinjauan Peneleitian Terdahulu	26
2.2 Tinjauan Mengenai komunikasi	29
2.2.1 Pengertian Komunikasi	29
2.2.2 Unsur Komunikasi	31
2.2.3 Proses Komunikasi	33
2.2.4 Fungsi Komunikasi	33
2.2.5 Hambatan Komunikasi	34
2.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Organisasi	35
2.4 Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran	36
2.4.1 Pengertian Strategi	37
2.4.2 Pengertian Pemasaran	38
2.4.3 Pengertian Komunikasi Pemasaran	39
2.5 Tinjauan mengenai Strategi Komunikasi	43
2.5.1 Pengertian Strategi Komunikasi	43
2.5.2 Pengertian mengenai Komunikasi Pemasaran	44
2.6 Bauran Komunikasi Pemasaran	45
2.7 Tinjauan Mengenai Loyalitas Pelanggan	48
2.7.1 Pengertian Loyalitas	48
2.7.2 Pengertian Pelanggan	48

2.8 Kerangka Pemikiran	49
BAB 3	55
METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Desain Penelitian	55
3.2 Teknik Pengumpulan Data	57
3.2.1 Data Primer	58
3.3.2 Data sekunder	60
3.3 Penentuan Informan	61
3.4 Teknik Pemeriksaan keabsahan data	62
3.5 Teknik Analisis Data	64
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	65
3.6.1 Lokasi Penelitian	65
3.6.2 Waktu Penelitian	65
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	74
4.1.1.1 Sejarah Singkat Grand Aquila Hotel Bandung	74
4.1.1.2 Logo dan arti lambang	76
4.1.1.3 Struktur Organisasi	77
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan	78
4.1.3. Analisis Hasil Penelitian	85
4.1.3.1 Iklan Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Aquila Hotel Bandung	86
4.1.3.2 Strategi Promosi Penjualan dari Grand Aquila Hotel Bandung	88
4.1.3.3 Publikasi dari Grand Aquila Hotel Bandung	90
4.1.3.4 Penjualan Personal dari Grand Aquila Hotel Bandung	91
4.1.3.5 Strategi Pemasaran Langsung Grand Aquila Hotel Bandung	93
4.2 Pembahasan hasil penelitian	94
4.2.1 Iklan dalam strategi komunikasi pemasaran Grand Aquila Hotel Bandung	95
4.2.2 Strategi Promosi Penjualan dari Grand Aquila Hotel Bandung	100
4.2.3 Publikasi dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Aquila Hotel Bandung	103
4.2.4 Strategi Penjualan personal (<i>personal selling</i>) Grand Aquila Hotel Bandung	106
4.2.5 Pemasaran Langsung yang dilakukan oleh Grand Aquila Hotel Bandung	109

BAB V.....	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
5.2.1 Saran Bagi Grand Aquila Hotel Bandung.....	116
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	117
Daftar pustaka	118