DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR……..……vi

DAFTAR ISI…….…….. ix

DAFTAR GAMBAR……... xiv

DAFTAR TABEL…… xv

DAFTAR LAMPIRAN……xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi Masalah.....4

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....4

1.4 Kegunaan Penelitian..... 5

1.4.1 Pengembangan Ilmu.....5

1.4.2 Kegunaan Operasional.....6

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....6

1.5.1 Kerangka Pemikiran.....6

1.5.2 Hipotesis..... 12

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa.....14

2.1.1 Pengertian Jasa.....14

2.1.2 Karakteristik Jasa.....15

2.1.3 Pengelompokan Jasa.....16

2.1.4 Perencanaan Jasa.....17

2.1.5 Strategi Memasarkan Jasa.....18

2.2 Jasa Perhotelan.....20

2.2.1 Pengertian Jasa Perhotelan……....20

2.2.2 Klasifikasi Jasa Perhotelan……. 21

2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....23

2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....23

2.3.2 Alat-alat Bauran Pemasaran Jasa.....24

2.4 Bauran Promosi.....25

2.4.1 Pengertian Promosi dan Bauran Promosi..... 25

2.4.2 Promosi Sebagai Kegiatan Komunikasi.....26

2.4.3 Tujuan Promosi..... 29

2.4.4 Faktor-faktor Yang Harus Dipertimbangkan

Dalam Menentukan Bauran Promosi..... 31

` 2.4.5 Unsur-unsur Bauran Promosi..... 32

2.4.5.1 Periklanan *(advertising)*.....33

2.4.5.2 Promosi Penjualan *(sales promotion)*.....36

2.4.5.3 Hubungan Masyarakat *(public relation)*.....39

2.4.5.4 Penjualan Perorangan *(personal selling)*..... 40

2.4.5.5 Pemasaran Langsung *(direct narketing)*.....42

2.5 Citra.....44

2.5.1 Pengertian Citra..... 44

2.5.2 Macam-macam Citra..... 46

2.5.3 Citra Perusahaan..... 47

2.5.4 Arti Penting Citra Perusahaan.....49

2.5.5 Proses Pembentukan Citra..... 49

2.6 Hubungan Pelaksanaan Bauran Promosi Dengan Pembentukan Citra Perusahaan..... 51

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Objek Penelitian..... 53

3.2 Metode Penelitian..... 53

3.2.1 Desain Penelitian..... 54

3.2.2 Operasional Varibel Penelitian..... 56

3.2.3 Metode Penarikan Sampel..... 58

3.2.3.1 Populasi.....58

3.2.3.2 Sampel.....59

3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data.....60

3.2.4.1 Jenis dan Sumber Data.....60

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....61

3.2.5 Metode Analisis dan Rancangan Pengujian Hipotesis...62

3.2.5.1 Metode Analisis..... 62

3.2.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis.....72

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....75

4.1.1 Profil Perusahaan..... 75

4.1.2 Fasilitas Hotel Santika Bandung……..…… 78

4.1.3 Struktur Organisasi..... 82

4.1.4 Uraian Jabatan..... 87

4.2 Pembahasan Penelitian..... 104

4.2.1 Gambaran Karakteristik Responden……. 104

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan

Bauran Promosi Yang Dilakukan Oleh Hotel

Santika Bandung 109

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Pembentukan

Citra Perusahaan Pada Hotel Santika Bandung…….. 127

4.2.4.Pengaruh Pelaksanaan Bauran Promosi

Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan Pada

Hotel Santika Bandung..... 137

4.2.4.1 Uji Kualitas Data.....137

4.2.4.2 Analisis Korelasi *Rank Spearman*..... 140

4.2.4.3 Analisi Korelasi Determinasi..... 143

4.2.4.4 Pengujian Hipotesisi..... 144

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 147

5.2 Saran..... 149

DAFTAR PUSTAKA.....150

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP