DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL.....xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Rumusan Masalah.....13

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 13

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 13

1.3 Maksud Dan Tujuan.....14

1.3.1 Maksud Penelitian.....14

1.3.2 Tujuan Penelitian 14

1.4 Kegunaan Penelitian 15

1.4.1 Kegunaan Teoritis 15

1.4.2 Kegunaan Praktis 16

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti 16
1.4.2.2 Kegunaan Bagi Akademik.....16
1.4.2.3 Kegunaan Bagi Citi Trans Travel Bandung 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....17
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu yang Relevan 17
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 20
2.1.2.1 Definisi Komunikasi 20
2.1.2.2 Unsur Komunikasi.....22
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi 23
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 25
2.1.2.5 Proses Komunikasi.....26
2.1.2.6 Sifat Komunikasi.....26
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....27
2.1.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran 27
2.1.3.2 Jenis Model Komunikasi Pemasaran.....33
2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....34
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....35
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi 35
2.1.5 Tinjauan Mengenai Strategi 38
2.1.5.1 Pengertian Strategi 38
2.1.6 Tinjauan Pelanggan.....41
2.1.6.1 Pengertian pelanggan 41

2.1.7 Tinjauan Tentang Travel 43
2.1.7.1 Pengertian Travel 43
2.1.8 Tinjauan Tentang Loyalitas.....44
2.1.8.1 Pengertian Loyalitas 44
2.2 Kerangka Pemikiran.....45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 51
3.2 Informan Penelitian.....52
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....55
3.3.1 Studi Lapangan.....55
3.3.2 Studi Pustaka.....57
3.4 Uji Keabsahan Data 58
3.5 Teknik Analisa Data 59
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 62
3.6.1 Lokasi Penelitian.....62
3.6.2 Waktu Penelitian 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 64
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 66
4.1.1.1 Sejarah Travel Cititrans Bandung 66
4.1.1.2 Pengertian Cititranscard.....68
4.1.1.3 Visi, Misi, dan Motto Travel Cititrans Bandung 69

4.1.1.4 Logo Perusahaan 71
4.1.1.5 Struktur Organisasi Travel Cititrans Bandung 72
4.1.1.6 Deskripsi Jabatan 73
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan.....75
4.1.2.1 Informan Kunci 75
4.1.2.2 Informan Pendukung 79
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 83
4.1.3.1 Perencanaan dan persiapan yang dilakukan travel cititrans melalui program “cititranscard” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung 83
4.1.3.2 Pelaksanaan program yang dilakukan travel cititrans melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung. 87
4.1.3.3 Komunikasi Yang Dilakukan travel cititrans bandung melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan 90
4.1.3.4 Monitoring dan Analisis Situasi yang dilakukan travel cititrans bandung melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung....94
4.1 Pembahasan 100
4.1.3 Perencanaan dan persiapan yang dilakukan travel cititrans melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung.....101

4.1.4 Pelaksanaan program yang dilakukan travel cititrans melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung.....105

4.1.5 Komunikasi Yang Dilakukan travel cititrans bandung melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan…… ...108

4.1.6 Monitoring dan Analisis Situasi yang dilakukan travel cititrans bandung melalui program “cititrans card” dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di kota bandung 113

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 116

5.2 Saran 118

5.2.1 Saran Untuk Travel Cititrans Bandung 118

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....119

DAFTAR PUSTAKA.....120

LAMPIRAN.....123

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 168

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu yang Relevan 17

Table 3.1 Data Informan Kunci 53

Table 3.2 Data Informan Pendukung 53

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....63

Tabel 4.1 Informan Kunci Penelitian.....75

Tabel 4.2 Informan Pendukung Penelitian.....79

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran 50

Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif 60

Gambar 4.1 Logo Travel Cititrans Bandung 71

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Travel Cititrans Bandung.....72

Gambar 4.3 Informan Kunci Widaratna Utomo 76

Gambar 4.4 Informan Kunci Saras Amaniyuniar 78

Gambar 4.5 Informan Pendukung Ashari Ramdhan.....80

Gambar 4.6 Informan Pendukung Ami Suhartati 82

Gambar 4.7 Model Strategi Pemasaran.....99

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Surat Persetujuan Pembimbing 123

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian 124

Lampiran 3 Surat balasan dari Perusahan 125

Lampiran 4 Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Sidang 126

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan 127

Lampiran 6 Surat Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana 128

Lampiran 7 Lembar Revisi Usulan Penelitian 129

Lampiran 8 Pedoman Observasi 130

Lampiran 9 Hasil Observasi 132

Lampiran 10 Pedoman Wawancara 136

Lampiran 11 Hasil Wawancara 141

Lampiran 12 Dokumentasi 161