

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Grafik.....	x
Abstract	xi
Abstraksi	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Hotel	4
B. Klasifikasi Hotel.....	4
C. Pengertian dan Tujuan Pemasaran	7

D. Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa	11
E. Faktor-faktor yang mempegaruhi keberhasilan pemasaran Hotel.....	13
F. Promosi.....	14
G. Analisis Media.....	18
H. Tingkat Hunian Kamar (<i>Room Occupancy</i>).....	22

BAB III PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum.....	24
1. Profil Perusahaan	24
2. Bidang Usaha	25
3. Strktur Organisasi	32
4. <i>Job Description</i>	32
B. Pembahasan	35

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	41
B. Saran.....	41

Lampiran

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Room Occupancy</i> Maret 2016 The Alana Hotel Surabaya	1
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Superior Room</i>	22
Gambar 3.2 <i>Deluxe Room</i>	23
Gambar 3.3 <i>Club Room</i>	23
Gambar 3.4 <i>Suite Room</i>	24
Gambar 3.5 <i>Oryza Coffee Shop</i>	25
Gambar 3.6 <i>Phoenix Lounge</i>	25
Gambar 3.7 <i>Cinnamon Cake Shop</i>	26
Gambar 3.8 <i>Bodhi Wellness Center & Spa</i>	26
Gambar 3.9 <i>Fuction Room Configuration</i>	27
Gambar 3.10 <i>Meeting Room</i>	27
Gambar 3.11 <i>Struktur organisasi</i>	28
Gambar 3.12 <i>Contoh Online Reservation by Agoda</i>	33
Gambar 3.13 <i>Promosi melalui Twitter</i>	34
Gambar 3.14 <i>Contoh Brosur Alana Weekend Deal</i>	35

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Presentase tingkat hunian kamar pada bulan Maret-Mei 2016.....32