

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan dan Manfaat.....	2
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
A. Pengertian Hotel	4
B. Pengertian <i>Front Office</i>	5
C. Reservasi kamar hotel.....	6
D. Pengertian <i>Occupancy</i>	8
E. Pengertian <i>Online Travel Agent</i>	9
BAB III PEMBAHASAN.....	10
A. Tinjauan Umum Oriza Hotel Surabaya	10
B. Pembahasan	22
C. Kendala.....	33

D. Solusi	33
BAB IV PENUTUP	35
A. Kesimpulan	35
B. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	ORIZA HOTELS PERAK SURABAYA	11
Gambar 3.2	<i>Deluxe room</i>	13
Gambar 3.3	<i>Superior room</i>	14
Gambar 3.4	<i>Restaurant Oriza Hotels Perak</i>	15
Gambar 3.5	<i>Lobby Oriza Hotel</i>	16
Gambar 3.6	<i>Meeting Room</i>	16
Gambar 3.7	Struktur Organisasi Oriza Hotels Perak	17
Gambar 3.8	Laporan bulan Mei 2018	24
Gambar 3.9	Laporan bulan Juni 2018	25
Gambar 3.10	Laporan bulan Juni 2018.....	26
Gambar 3.11	Grafik penjualan bulan Mei - Juli 2018	27
Gambar 3.12	<i>Dashboard extranet online travel agent</i>	29
Gambar 3.13	Inventori tingkat hunian <i>online travel agent</i>	29
Gambar 3.14	<i>Report</i> Penjualan kamar melalui <i>online travel agent</i>	30
Gambar 3.15	<i>Report</i> analisa pemasaran kamar melalui <i>online travel agent</i>	30
Gambar 3.16	<i>Market place</i> Traveloka.com.....	31
Gambar 3.17	<i>Market place</i> Agoda.com	31
Gambar 3.18	<i>Market place</i> Tiket.com	32
Gambar 3.19	<i>Market place</i> PegiPegi.com	32
Gambar 3.20	<i>Market place</i> Expedia.com.....	33