

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
TANDA PERSETUJUAN	iv
SURAT BEBAS PLAGIAT	v
CURICULUM VITAE	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Pengertian Pemasaran	6
2.3 Pengertian Jasa	7
2.4 Karakteristik Jasa	8
2.5 Pemasaran Jasa	12
2.6 Bauran Pemasaran Jasa	13
2.7 Jenis dan Klasifikasi dalam Industri Perhotelan	23
2.8 Kriteria Hotel Berdasarkan Bintang	25
2.9 Strategi Pemasaran	28
2.9.1 Manfaat Strategi Pemasaran.....	29
2.9.2 Jenis-jenis Strategi Pemasaran	30
2.9.3 Macam Strategi Pemasaran	31
2.10 Pengertian Daya Saing	32
2.11 Analisis SWOT	34
2.12 Matrik Faktor Strategi Internal	36

2.13 Matrik Faktor Strategi Eksternal	38
2.14 Matrik SWOT	41
2.15 Kerangka Berpikir	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.2 Jenis Penelitian	45
3.3 Jenis Data	45
3.4 Sumber Data	45
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik AnalisisData	46

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Harris Hotel & Convention	48
4.2 Struktur Organisasi Harris Hotel &Convention.....	49
4.3 Penyajian Data & Pembahasan	52
4.4 Analisis SWOT Harris Hotel & Convention Malang	59
4.5 Matrik SWOT	64

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA	72
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

