

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Persetujuan	ii
Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Motto	v
Persembahan.....	vi
Prakata	vii
Daftar Grafik	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
Abstract	xiii
Daftar Isi.....	xiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pernyataan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penegasan Istilah.....	8
F. Sistematika Penelitian	10

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	12
B. Komunikasi Pemasaran	16
C. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	25
D. Perilaku Konsumen	34
E. <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	40
F. Perhotelan	42

G. Penelitian Terdahulu	43
H. Kerangka Penelitian	48

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	49
B. Kehadiran Peneliti	50
C. Lokasi Penelitian	51
D. Data dan Sumber Data.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	58
H. Tahap-tahap Penelitian.....	59

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga.....	61
B. Paparan Data	66
C. Temuan Penelitian.....	85

BAB V: PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Media Digital dan Konvensional pada Senyum World Hotel.....	105
B. Pengoptimalan Media Pemasaran Digital dan Konvensional yang sedang digunakan oleh Senyum World Hotel untuk Meningkatkan Okupasi Kamar.....	109

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran	120

DAFTAR RUJUKAN	123
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	127
--------------------------------	------------