

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Focus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
F. Definisi Konsep .....	10
G. Kerangka Pikir Penelitian.....	12
H. Metode Penelitian .....	18
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	18
2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian .....	18
3. Jenis dan Sumber Data .....	19
4. Tahap-tahap Penelitian .....	22
5. Teknik Pengumpulan Data .....	22
6. Teknik Analisis Data .....	23
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	25
I. Sistematika Pembahasan .....	26
BAB II : KAJIAN TEORITIS .....	28
A. Kajian Pustaka .....	28
1. Strategi <i>Public Relations</i> .....	28
a. <i>Public Relations</i> .....	28
b. Peran <i>Public Relations</i> .....	30
c. Program <i>Public Relations</i> .....	31
d. Perencanaan Strategi <i>Public Relations</i> .....	36
e. Komponen <i>Public Relations</i> .....	37
2. <i>Customer</i> .....	38
3. Hotel .....	40
B. Kajian Teoritis .....	44
1. Teori Nilai, Loyalitas dan Profit .....	44

2. Teori Bauran Pemasaran .....	45
a. Product.....	45
b. Price.....	46
c. Place.....	47
d. Promotion.....	47
e. Physical Evidence.....	48
f. Process.....	49
g. People.....	49
 BAB III : PENYAJIAN DATA .....	51
A. Deskripsi Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian .....	51
1. Deskripsi Subjek Penelitian .....	52
2. Objek Penelitian .....	53
3. Lokasi Penelitian .....	53
4. Profil Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	54
5. Logo Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	54
6. Visi dan Misi Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	55
7. Segmentasi Pasar Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	55
8. Fasilitas Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	55
9. Kompetitor Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	59
10. Struktur Organisasi Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	60
B. Deskripsi data .....	68
1. Strategi public relation Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo dalam meningkatkan jumlah <i>customer</i> .....	69
a. Kelebihan dan Kelemahan Hotel.....	70
b. Menentukan Segmentasi Pasar Sesuai Kelas Hotel.....	71
c. Keunggulan dan Daya Saing Hotel Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo.....	72
d. Inovasi Produk dan Peningkatan Layanan.....	73
e. Kegiatan Promosi dan Pemasaran.....	75
f. Mempertahankan Hubungan Baik, Citra Positif dan Pelayanan.....	79
2. Kendala dan upaya <i>public relations</i> Wisma Thamrin Hotel Sidoarjo dalam meningkatkan jumlah <i>customer</i> .....	85
a. Menciptakan Image Positif.....	85
b. Kendala Dalam Komunikasi.....	87
 BAB IV : ANALISIS DATA.....	88
A. Temuan Penelitian .....	88
1. Analisis Produk dan Layanan Yang Diberikan Untuk Peningkatan Jumlah <i>Customer</i> .....	90
2. Penentuan Segmentasi Pasar dan Public Market.....	93
3. Strategi Peningkatan Jumlah <i>Customer</i> .....	94

4. Kendala dalam menjalankan strategi <i>public relations</i> dalam meningkatkan jumlah <i>customer</i> .....	96
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori .....	97
BAB V : PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan .....	104
B. Rekomendasi .....	106

Daftar Pustaka

Lampiran – lampiran

