

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>SAMPUL JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>LEMBAR DEDIKASI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.2.1 Fokus Penelitian.....	7
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Setting Penelitian.....	9
1.5.1 Lingkup Penelitian.....	9
1.5.2 Waktu Penelitian.....	10
1.5.3 Tempat Penelitian.....	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis.....	16
2.1.1 Matriks Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini.....	18
2.2 Tinjauan Teoritis.....	23
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.2 Proses Transfer <i>Public Relations</i> .....	28
2.2.3 Strategi <i>Public Relations</i> .....	28
2.3 <i>Marketing Public Relations</i> .....	31
2.3.1 Faktor-faktor Pendorong Timbulnya Konsep <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
2.3.2 Bentuk-bentuk <i>Marketing Public Relations</i> .....	41
2.3.3 Konsep <i>Marketing Public Relations</i> .....	43
2.3.4 Proses <i>Marketing Public Relations</i> .....	47
2.3.5 Komponen <i>Marketing Public Relations</i> .....	49

2.4 <i>Personal Selling</i> .....	52
2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	54
2.6 Komunikasi Efektif.....	59
2.7 Unsur-unsur Komunikasi.....	61
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	63
3.1 Pendekatan Atau Paradigma Penelitian.....	63
3.2 Subjek-Objek Dan Sumber Data Penelitian.....	66
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.4 Teknik Analisis Data.....	69
3.5 Uji Keabsahan Data.....	70
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN</b> .....	72
4.1 Perencanaan <i>Marketing Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Jumlah <i>Customer</i> Dengan Menggunakan <i>Sales Call</i> Di Hotel California Bandung.....	73
4.1.1 <i>Account List</i> Hotel California Bandung.....	75
4.1.2 <i>Sales Target</i> Hotel California Bandung.....	75
4.2 Pelaksanaan <i>Marketing Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Jumlah <i>Customer</i> Dengan Menggunakan <i>Sales Call</i> Di Hotel California Bandung.....	77
4.3 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Jumlah <i>Customer</i> Dengan Menggunakan <i>Sales Call</i> Di Hotel California Bandung.....	78
4.3.1 Mengembangkan Komunikasi Yang Efektif.....	79
4.3.2 Pra Pendekatan.....	83
4.3.3 Pendekatan.....	84
4.3.4 Melakukan Presentasi.....	85
4.3.5 Menangani Penolakan.....	86
4.3.6 Menggunakan <i>Basic Data</i> Pelanggan.....	87
4.4 Pesan Yang Disampaikan <i>Marketing Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Jumlah <i>Customer</i> Dengan Menggunakan <i>Sales Call</i> Di Hotel California Bandung.....	90
4.4.1 Strategi Perencanaan Isi Pesan.....	97
4.4.2 Strategi Perencanaan Komunikator.....	99
4.5 Analisis Dan Pembahasan.....	101
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	105
5.1 Simpulan.....	105
5.2 Saran Atau Rekomendasi.....	106
5.2.1 Rekomendasi Teoritis.....	107
5.2.2 Rekomendasi Praktis.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	108
<b>LAMPIRAN</b> .....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Jumlah Hotel Berbintang Di Kota Bandung Tahun 2011-2014.....	1
Tabel 1.2 Matriks <i>Ocuupancy Rate</i> Hotel Bintang Tiga Di Bandung Periode 2013-2014.....	3
Tabel 2.1 Matriks Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Saat Ini.....	19
Tabel 2.2 Matriks <i>Marketing Public Relations (MPR)</i> .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hotel California Bandung.....	3
Gambar 2.1 <i>Methode Of Program And Communication</i> <i>Public Relations Circle</i> .....	35
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara.....	112
Lampiran 2 Hasil Wawancara.....	115
Lampiran 3 Foto-foto Dokumentasi Penelitian.....	123
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	125

