

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Komunikasi.....	9
2.2 Pengertian Komunikasi.....	10
2.3 Komunikasi AntarPribadi.....	12
2.3.1 Pengertian Komunikasi antarpribadi.....	12
2.4 Public Relations.....	13
2.4.1 Pengertian Public Relations.....	13
2.5 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.5.1 Program Komunikasi Pemasaran.....	17
2.5.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	17

2.6 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	20
2.6.1 Ciri-Ciri Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	23
2.6.2 Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu	25
2.7 Word Of Mouth (WOM).....	27
2.7.1 Pengertian Word Of Mouth	27
2.7.2 Menciptakan Word of Mouth (WOM)	30
2.7.3 Pengukuran Word of Mouth (WOM)	33
2.8 Operasionalisasi Konsep.....	40
2.9 Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Desain Studi Kasus Multikasus	47
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	48
3.4 Sumber Data.....	49
3.4.1 Key Informan.....	49
3.4.2 Informan.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Observasi.....	52
3.5.1.1 Macam-macam Observasi.....	54
3.5.1.1.1 Observasi Partisipatif.....	54
3.5.1.1.2 Observasi Terus-terang atau Tersamar...	55
3.5.1.1.3 Observasi Tak Berstruktur.....	55
3.5.2 Wawancara.....	56
3.5.2.1 Pedoman Wawancara.....	57
3.5.2.2 Jenis Wawancara.....	58
3.5.3 Dokumen.....	59
3.6 Jenis Data.....	60
3.6.1 Data Primer.....	61

3.6.2 Data Sekunder.....	62
3.7 Uji Keabsahan Data	63
3.8 Analisis Data	66
3.8.1 Kategorisasi Data	67
3.8.2 Tahapan Analisis Data	69
3.8.3 Prinsip Pokok Teknik Analisis Data	71
3.8.4 Macam-macam Analisis Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	75
4.2 Profil Perusahaan	76
4.3 Visi dan Misi	77
4.3.1 Visi.....	77
4.3.2 Misi.....	77
4.4 Sarana Penunjang	77
4.5 Direksi dan Komisaris.....	78
4.6 Struktur Organisasi Perusahaan	79
4.7 Logo Hotel B'Fashion	79
4.8 Hasil penelitian	80
4.8.1 Konsep Strategi Marketing Word of Mouth.....	80
4.8.2 Konsep Hotel B' Fashion	85
4.8.3 Divisi Customer Service	85
4.8.4 Tamu atau Pengunjung.....	87
4.8.5 Marketing Division.....	87
4.8.5.1 Peran Marketing Division.....	88
4.8.5.2 Berbagai kendala yang dihadapi oleh Divisi Marketing	88
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Pertanyaan Untuk Wawancara