

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Metodologi Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	13
B. Fungsi Pemasaran.....	15
C. Konsep Pemasaran.....	17
D. Tugas Manajer Pemasaran.....	19

E. Bauran Pemasaran.....	20
F. Hotel.....	31
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
B. Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas.....	38
C. Bidang Usaha Hotel Lembang Palembang.....	48
D. Keadaan Volume Hunian Dan Volume Hunian Saingan.....	49
E. Aktivitas Pemasaran Oleh Hotel Lembang Palembang.....	52
BAB IV KEBIJAKSANAAN MARKETING MIX HOTEL LEMBANG	
A. Kebijakan Produk.....	55
B. Kebijakan Saluran Distribusi.....	59
C. Kebijakan Promosi.....	61
D. Kebijakan Harga.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran-saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel I	Realisasi Penjualan Kamar Hotel Lembang.....	4
Tabel III.1	Pencapaian Occupancy Rate Lembang International Hotel Palembang Tahun 1997 – 2000.....	50
Tabel III.2	Pencapaian Occupancy Rate King’s Hotel Palembang Tahun 1997 – 2000.....	50
Tabel III.3	Pencapaian Occupancy Rate Hotel Swarna Dwipa Palembang Tahun 1997 – 2000.....	51
Tabel IV.1	Daftar Hasil Kuisisioner Kepada Tamu Hotel Untuk Mengetahui Darimana Mereka Tahu Keberadaan Hotel Lembang Bulan Maret 2002.....	64
Tabel IV.2	Daftar Harga Kamar Hotel Lembang Berdasarkan Jenisnya.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Struktur Organisasi Lembang International Hotel Palembang.....	39
--	----