

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
ABSTRAK SKRIPSI .....	vi
BAB I      PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	4
1.4 Manfaat dan Tujuan .....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.5.2 Teknik Analisis .....	7
1.6 Sistematika Pembahasan .....	8
BAB II     LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2 Tugas - tugas Manajer Pemasaran .....	12
2.3 konsep Pemasaran .....	14
2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	17
2.5 Strategi Pemasaran .....	19
2.6 Pengertian Bauran Pemasaran .....	22

BAB III	KEADAAN UMUM PT. LEMBANG INTERNASIONAL HOTEL	
	3.1 Sejarah berdirinya perusahaan .....	48
	3.2 Struktur Organisasi .....	50
	3.3 Tugas dan wewenang setiap departemen .....	53
	3.4 Bidang usaha dan fasilitas Lembang Internasional Hotel .....	66
	3.5 Strategi Pemasaran Lembang Internasional Hotel .....	68
BAB IV	STRATEGI LEMBANG INTERNASIONAL HOTEL BERSAING DI MASA KRISIS	
	4.1 Kebijakan Produk .....	79
	4.2 Kebijakan Harga .....	80
	4.3 Kebijakan promosi .....	80
	4.4 Kebijakan Distribusi .....	81
	4.5. Strategi yang dilaksanakan oleh Hotel Lembang .....	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan .....	91
	5.2 Saran .....	92
	DAFTAR LAMPIRAN .....	93
	DAFTAR PUSTAKA .....	118