

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAKSI..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| LEMBAR DEDIKASI | v |
| DAFTAR ISIS..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Konteks Penelitian | 1 |
| 1.1.1. Fokus Penelitian..... | 11 |
| 1.1.2. Pertanyaan Penelitian..... | 12 |
| 1.1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.1.4. Jenis Studi | 13 |
| 1.1.5. Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.2. Kajian Literatur | 16 |
| 1.2.1. Review Matriks Hasil Penelitian Terdahulu | 16 |
| 1.2.2. Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| 1.2.3. Landasan Teoritis..... | 20 |
| 1.2.4. Landasan Koseptual | 34 |
| 1.3. Metode Penelitian Kualitatif | 55 |
| 1.3.1. Paradigma Penelitan Konstruktivis | 57 |
| 1.3.2. Metode Penelitian dengan PendekatanStudi Kasus | 58 |
| 1.3.4. Teknik pengumpulan Data..... | 62 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 1.3.5. | Teknik Analisis Data..... | 63 |
| 1.3.6. | Validitas dan Otentisitas Data..... | 64 |
| BAB II. LOKASI PENELITIAN, AKSES PADA INFORMAN, DAN | | |
| PROFIL INFORMAN..... | | 66 |
| 2.1. | Lokasi Penelitian ----- | 66 |
| 2.2.1. | Akses Informan..... | 66 |
| 2.2.2. | Rapport Informan..... | 67 |
| 2.3. | Profil Informan----- | 68 |
| 2.3.2. | Rekapitulasi Data Berdasarkan Jenis Kelamin Informan | 69 |
| 2.3.3. | Rekapitulasi Data Berdasarkan Status Informan | 70 |
| 2.3.4. | Rekapitulasi Data Berdasarkan Tingkat Pendidikan Informan..... | 71 |
| 2.3.5. | Klasifikasi Hotel | 72 |
| 2.3.6. | Frekuensi Kunjungan Informan | 72 |
| BAB III. CUSTOMER RELATIONS HOTEL GRAND ROYAL | | |
| PANGHEGAR BANDUNG | | 74 |
| 3.1. | Hasil Penelitian ----- | 74 |
| 3.1.1. | Kredibilitas..... | 81 |
| 3.1.2. | Keterandalan | 82 |
| 3.1.3. | Sikap Terpercaya | 83 |
| 3.1.4. | Tanggung Jawab Sosial..... | 84 |
| 3.1.5. | Pelayanan Prima (Service Excellent)..... | 85 |
| 3.1.6. | Usaha Memberikan Kepuasan kepada Pelanggan | 87 |

| | |
|---|------------|
| BAB IV KEGIATAN CUSTOMER RELATIONS DALAM | |
| MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU HOTEL | 91 |
| 4.1.1. Kejelasan Informasi Produk..... | 93 |
| 4.1.2. Informasi Layanan | 94 |
| 4.1.3. Kecepatan Layanan Check In dan Check Out | 96 |
| 4.1.4. Lokasi Strategis..... | 97 |
| 4.1.5. Harga Kompetitif | 99 |
| 4.1.6. Fasilitas Hotel Bintang 5 Panghegar Group..... | 100 |
| 4.1.7. Management dan Property | 102 |
| 4.1.8. Bangunan Modern..... | 104 |
| 4.1.9. Kenyamanan Kamar Hotel..... | 106 |
| 4.1.10. Keamanan | 107 |
| 4.1.11. Sikap Proaktif Customer Relations..... | 108 |
| 4.1.12. Menangani Keluhan Tamu..... | 110 |
| 4.2. Pembahasan..... | 112 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 114 |
| 1.1. Simpulan | 114 |
| 1.2. Saran | 115 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 115 |
| 5.2.2. Saran Praktis..... | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | 117 |
| GLOSARIUM..... | 119 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel I. 1. Matriks Review Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel I. 2. Jadwal Penelitian | 62 |
| Tabel II. 1. Profil Informan | 68 |
| Tabel II. 2. Data tamu berdasarkan usia..... | 69 |
| Tabel II. 3. Data Informan Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 70 |
| Tabel II. 4. Data Informan Berdasarkan Berdasarkan Status..... | 70 |
| Tabel II. 5. Data Informan Berdasarkan Pendidikan..... | 71 |
| Tabel II. 6. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Tingkat/Ranking..... | 72 |
| Tabel II. 7. Data Informan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Per Tahun | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I. 2. Bagan Kerangka Pemikiran | 19 |
| Gambar I. 3. Bagan hubungan identitas dengan reputasi pada sebuah perusahaan | 23 |
| Gambar I. 4. Model citra hasil komunikasi <i>Public Relations</i> | 24 |
| Gambar I. 5. <i>Corporate brand</i> sebagai fungsi makna..... | 34 |
| Gambar I. 6. Segitiga <i>Customer Relathionship Management</i> | |
| Gambar I. 1. Manajemen Grand Royal Panghegar | |