

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penelitian.....	7

BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian <i>Guesthouse</i>	11
2.2 Konsep <i>Yield Management</i>	12
2.3 Pendapatan Berkelanjutan	14
2.3.1 Pengertian Pendapatan Berkelanjutan.....	14
2.3.2 Klasifikasi Pendapatan	14
2.4 <i>Brand Identity and Reputation</i>	15
2.4.1 <i>Kapferer's Prism</i>	16
2.5 Pendekatan SWOT.....	18
2.6 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODA PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	21
3.1 Jenis Penelitian dan Objek Penelitian.....	21
3.1.1 Jenis Penelitan	21
3.1.2 Objek Penelitian.....	22
3.1.2.1 Gambaran Umum Kantos House (KH).....	22
3.1.2.2 Asal Usul Nama Kantos.....	23
3.1.2.3 Logo, Slogan dan Konsep Hunian	23
3.1.2.4 Manajemen	25

3.1.2.5 Layanan Yang Ditawarkan	26
3.1.2.6 Jenis Kamar	27
3.1.2.7 Kamar Untuk Virtual Hotel	30
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3 Proses Pengumpulan Data	31
3.4 Rancangan Penelitian.....	33
3.5 Metoda Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Merek Kantos House (KH).....	38
4.1.1 Analisis Merek Berdasarkan <i>Brand Identity Prism</i>	38
4.1.2 Analisis Tampilan Situs Web Resmi	40
4.1.3 Analisis Tampilan Facebook <i>Fan Pages</i>	42
4.2 Ulasan dan Penilaian Konsumen	44
4.2.1 Analisis <i>Multichannel Online</i>	45
4.2.2 Ulasan Negatif	49
4.3 Analisis Tingkat Okupansi Kamar KH.....	55
4.4 Analisis SWOT	65
4.4.1 Faktor Kekuatan.....	66

4.4.2 Faktor Kelemahan.....	71
4.4.3 Faktor Peluang	75
4.4.4 Faktor Ancaman.....	79
4.4.5 Diagram SWOT Kantos House (KH)	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 SIMPULAN.....	84
5.2 SARAN.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 <i>Breakdown</i> Harga Kanto House (KH) dan Kompetitor	5
Tabel 4.1 Analisis Gabungan dari Ulasan Online Konsumen.....	51
Tabel 4.2 Laporan Tingkat Okupansi Kamar KH 2017	59
Tabel 4.3 Laporan Tingkat Okupansi Kamar per November 2018 (<i>ytd</i>)	60
Tabel 4.4 Tabel Rata-rata Harga Jual Kamar KH	63
Tabel 4.5 Daftar Kerjasama Rekanan <i>Online</i> KH.....	65
Tabel 4.6 Faktor Kekuatan	70
Tabel 4.7 Faktor Kelemahan	74
Tabel 4.8 Faktor Peluang	79
Tabel 4.9 Faktor Ancaman	82

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Jumlah Hotel Berbintang dan Hotel Non-Bintang di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Brand Identity Prism	16
Gambar 2.2 SWOT.....	18
Gambar 3.1 Logo Kantos House (KH)	24
Gambar 3.2 Slogan dan Merek KH pada Papan Reklame didepan Bangunan	24
Gambar 3.3 <i>Minibar</i> “Kebajikan”	26
Gambar 3.4 Kamar Standar	27
Gambar 3.5 Kamar Superior	28
Gambar 3.6 Kamar Famili.....	29
Gambar 3.7 Kamar <i>Virtual</i> Hotel (Zen Room)	31
Gambar 4.1 Logo KH dengan <i>Brand Identity Prism</i>	39
Gambar 4.2 Tampilan Situs Web Resmi KH	41
Gambar 4.3 Tampilan Situs Facebook <i>Fan Pages</i>	43
Gambar 4.4 Ulasan Konsumen pada Facebook <i>Fan Pages</i>	46
Gambar 4.5 Ulasan Konsumen pada Google Review	47
Gambar 4.6 Contoh Ulasan Negatif Konsumen beserta Respon Manajemen KH	51
Gambar 4.7 Grafik Tingkat Okupansi Kamar Kantos House (KH) 2017.....	56

Gambar 4.8 Grafik Tingkat Okupansi Kamar KH per November 2018 (<i>ytd</i>).....	57
Gambar 4.9 Tampilan <i>mobile-view</i> Situs Web KH.....	63
Gambar 4.10 Iklan KH pada Dinding Facebook.....	64
Gambar 4.11 Diagram SWOT KH.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran I: Promosi Gratis Sewa Motor 6 Jam.....	97
Lampiran II: Statistik Konten Populer di Indonesia.....	97
Lampiran III: Galeri Foto Kantos House (KH).....	98
Lampiran IV: Personel dan Area Kerja Kantor KH.....	103
Lampiran V: Galeri Foto KH oleh Konsumen.....	105
Lampiran VI: Testimoni Konsumen	106
Lampiran VII: Kamus Angka KH.....	107