

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Tinjauan Pustaka.....	5
1.7 Landasan Teori.....	10
1.8 Metode Penelitian.....	14
BAB II	19
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	19
2.1 Lokasi objek penelitian.....	19
2.2 Sejarah Garuda Wisnu Kencana Cultural Park.....	20
2.3 Profil Garuda Wisnu Kencana Cultural Park.....	22
2.4 Logo Garuda Wisnu Kencana Cultural Park.....	23
2.5 Visi dan misi Garuda Wisnu Kencana Cultural Park.....	24
2.6 Struktur organisasi.....	25
2.7 Produk Garuda Wisnu Kencana Cultural Park.....	26
2.8 Fasilitas lain.....	32
2.9 SOP Departemen Sales Garuda Wisnu Kencana untuk <i>existing client</i>	34

BAB III	38
PEMBAHASAN	38
3.1 Strategi Departemen Sales GWK dalam menjaga hubungan bisnis dengan <i>existing client travel agent</i>	38
BAB IV	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
4.1 Kesimpulan.....	53
4.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR NARASUMBER	57
LAMPIRAN	58