

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR STILAH	ix
DAFTAR BAGAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Tinjauan Pustaka.....	4
1.7 Landasan Teori.....	5
1.7.1 <i>Hotel</i>	5
1.7.2 <i>Jenis Hotel</i>	5
1.7.3 Sales person / sales marketing.....	8
1.7.4 Tugas Sales Marketing.....	9

1.8 Metode Penelitian.....	10
1.8.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	10
1.8.2 Jenis Penelitian.....	11
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data.....	12
1.8.4 Analisa Data.....	14
BAB II: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
2.1 Profil Hotel Grand Ambarukmo	16
2.1.1 Sejarah Grand Ambarukmo.....	17
2.1.2 Struktur Organisasi Hotel.....	20
2.2 Type Room Grand Ambarukmo	21
2.3 Visi dan Misi Hotel Grand Ambarukmo.....	23
2.4 Fasilitas Hotel Grand Ambarukmo.....	24
2.5 Paket Hotel Grand Ambarukmo.....	26
BAB III: PEMBAHASAN	
3.1 Fungsi Marketing Grand Ambarukmo	27
3.2 Kendala yang dihadapi dan solusinya	33
BAB IV: KESIMPULAN	
4.1 Kesimpulan.....	36
4.2 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
DAFTAR NARASUMBER.....	38



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERAN SALES MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN DI HOTEL GRAND
AMBARUKMO YOGYAKARTA**

CAHYA KARTIKA S, Arina Pramusita, S.I.P., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>