

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoretis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6. Tinjauan Pustaka	9
1.7. Landasan Teori	18
1.7.1 Departemen <i>Sales Marketing</i>	18
1.7.2 Krisis	21
1.7.3 Manajemen Krisis	23
1.7.4 Citra Perusahaan	28
1.8. Metode Penelitian	31
1.8.1 Jenis Penelitian	31
1.8.2 Waktu dan Tempat Penelitian	32



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Manajemen Krisis PORTA BY THE AMBARRUKMO Oleh Departemen Sales Marketing Dalam Membangun

Citra Positif Pada Masa Pandemi Covid-19

GALUH HARIS SEPTYANA, Eska Nia Sarinastiti, S.I.Kom., M.A, C.P.R., C.H.E.

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

1.8.3 Alat Penelitian	33
1.8.4 Jenis Data	33
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	34
1.8.6 Teknik Analisis Data	38
b. Penyajian Data	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	40
2.1 Lokasi PORTA By The Ambarrukmo	40
2.2 Gambaran Umum	41
2.2.1 Profil Perusahaan	41
2.2.2 Logo PORTA By The Ambarrukmo	43
2.2.3 Visi dan Misi PORTA By The Ambarrukmo	43
2.2.4 Tipe-tipe Kamar PORTA By The Ambarrukmo	44
2.2.5 Fasilitas PORTA By The Ambarrukmo	46
2.2.6 Tipe-tipe <i>Meeting Room</i>	49
2.2.7 Struktur Organisasi Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo	52
BAB III PEMBAHASAN	55
3.1. Peran Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo dalam Strategi Manajemen Krisis Pada Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	55
3.2. Strategi Manajemen Krisis oleh Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo	71
3.2.1. Strategi Manajemen Krisis oleh Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo	72
3.2.2. Pembentukan Citra Positif Melalui Strategi Manajemen Krisis oleh Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo pada Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	83
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	102
4.1. Kesimpulan	102
4.2. Saran	103
4.2.1 Saran Praktis ditujukan untuk Departemen <i>Sales Marketing</i> PORTA By The Ambarrukmo	103
4.2.2 Saran Ilmiah untuk penelitian selanjutnya pada industri perhotelan khususnya mengenai manajemen krisis di industri perhotelan	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	113