

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penulis.....	3
D. Manfaat Penulis.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Landasan Teori.....	6
G. Metode Penelitian.....	8
H. Sistematika Penulisan.....	10

## **BAB II PROFIL KARIKA TOUR**

A. Sejarah KARIKA Tour.....	12
B. Profil KARIKA Tour.....	13
C. Bidang Usaha.....	19

## **BAB III PEMBAHASAN**

A. Strategi Pelayanan Pelanggan yang telah diterapkan KARIKA Tour.....	21
B. Strategi Pelayanan yang akan dikembangkan oleh KARIKA Tour untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan .....	36

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	44
B. Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	51

## DAFTAR ISTILAH

- Profitabilitas* : Kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- Public Relations* : Proses komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mencapai opini public sesuai dengan keinginan perusahaan atau organisasi, tercapainya kepercayaan masyarakat, adanya saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya, menumbuhkan citra positif di masyarakat.
- Personal Selling* : Komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
- Pangsa Pasar* : Market segment yaitu. Bagian dari keseluruhan permintaan suatu barang yang mencerminkan golongan konsumen menurut cirri khasnya, seperti tingkat pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan dan status sosial.

- Survival* : Suatu tindakan yang paling awal yang dilakukan oleh setiap makhluk yang hidup untuk mempertahankan hidupnya dari berbagai ancaman.
- Relationship Marketing* : Suatu pendekatan yang menekankan pada usaha menarik dan mempertahankan pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggan.
- Relationship management* : Sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pasca penjualan.
- Superior Customer Service* : Menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.
- Technology Infusion Strategy* : Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan dan memuaskan pelanggan.
- Getok Tular* : Promosi yang lain memanfaatkan kesenangan orang untuk berbagi informasi
- Total Quality Service* : Intensitas suatu proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan menurut pergeseran dasar dalam organisasi. Sehingga organisasi tidak lagi berorientasi laba semata, melainkan inovasi dan penambahan nilai.

- Exhibition* : Suatu rangkaian kegiatan untuk memamerkan atau memperagakan demi kepentingan pihak peraga pameran dengan maksud memperkenalkan dan mempromosikan keberadaan produk mereka.
- Achievement Motivation Training* : Sebuah program pelatihan untuk pengembangan diri khususnya dalam hal peningkatan motivasi berprestasi
- Advertising* : Penyajian materi secara persuasive kepada public melalui media massa dengan tujuan untuk mempromosikan barang atau jasa.
- Incentive* : Suatu saran memotivasi berupa materi, yang diberikan sebagai suatu perangsang ataupun pendorong dengan sengaja kepada para pekerja agar dalam diri mereka timbul semangat yang besar untuk meningkatkan produktivitas kerjanya dalam organisasi.
- Conference* : Diskusi kelompok tentang beberapa aspek kegiatan konsultasi.
- Company Gathering* : Suatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka outing group perusahaan atau instansi swasta maupun negeri yang mempunyai beberapa tujuan tertentu.



*Company Social Responsibility* : Suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalh memiliki bentuk tanggung jawab terhdap seluruh pemangku kepentingannya yang d antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, dan komunitas.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kantor KARIKA Tour.....	12
Gambar 2. Ruang kerja KARIKA Tour.....	16
Gambar 3. Logo perusahaan.....	17
Gambar 4. Website KARIKA Tour.....	22
Gambar 5. Media Elektronik telephone & fax.....	22
Gambar 6. Foto Karyawan.....	26
Gambar 7. Air Donditioner.....	27
Gambar 8. Pengharum Ruangan.....	27
Gambar 9. Ruang Kantor KARIKA.....	27
Gambar 10. Media on line Komputer KARIKA Tour.....	28
Gambar 11. Fasilitas Permen KARIKA Tour.....	28
Gambar 12. Fasilitas Air mineral KARIKA Tour.....	29
Gambar 13. KARIKA Tour menjaga hubungan baik dengan pelanggan.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Hubungan Kerjasama.....	51
Klien.....	53
Mitra Kunjungan.....	55
Paket Tour.....	57
Berbagai acara KARIKA Tour.....	58
Company Gathering.....	58
Entertainment.....	59
Training.....	59
Outbound.....	59
KARIKA Tour Multimedia.....	62