

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
INTISARI	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Ruang Lingkup	4
F. Tinjauan pustaka.....	4
G. Landasan Teori.	6
H. Metode Penelitian	9
I. Sistematika Penulisan	11
 BAB II GAMBARAN UMUM.....	 12
A. Sejarah Pendirian & Profil Hoshizora Tour	12
B. Struktur Organisasi.....	18
C. Visi & Misi.....	19
D. Jam Operasional.....	20
E. Produk yang Ditawarkan.....	20

F. Mitra	23
G. Prestasi.....	25
BAB III PEMBAHASAN	27
A. Manajemen Operasional Internal Hoshizor Tour	27
1. Konsep Pengelolaan	27
2. Sarana dan Prasarana.....	28
a. Gedung Perkantoran	29
b. Fasilitas	29
c. Perlengkapan atau Alat	29
d. Sumber Daya Manusia.....	30
3. Struktur Jabatan.....	30
a. Direktur Eksekutif	30
b. Manajer Operasional.....	31
c. Customer Service/Tiketing	32
d. Manajer External	32
e. Marketing Officer	33
f. Keuangan	34
4. Pengendalian Manajemen Operasional Hoshizora Tour.....	36
B. Manajemen Operasional Divisi External	36
1. Target Pasar	36
2. Strategi Pemasaran :	38
a. Branding	38
b. Online Marketing.....	40
c. Offline marketing.....	42
3. Media Promosi Hoshizora Tour	44
a. Facebook.....	44
b. Twitter.....	45
c. Youtube <i>Channel</i>	46
d. Tripadvisor.....	46
e. Website	47
e. Company Profile.....	47
f. Katalog Produk	48

C. Manajemen Operasional Divisi Operasional	48
1. Produk	48
a. Paket Wisata.....	48
b. Voucher Hotel	67
c. Transportasi	67
d. Tiketing.....	68
2. Strategi Pelayanan	69
 BAB IV PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73
 DAFTAR PUSTAKA	xix
DAFTAR NARASUMBER	xxi
LAMPIRAN.....	xxii