

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pariwisata.....	9
B. Resort	11
C. Pemasaran	12
D. Komunikasi	12
1. Definisi Komunikasi.....	13
2. Tujuan Komunikasi	13
E. Komunikasi Pemasaran	15

F. Bauran Promosi	19
1. Periklanan (<i>advertising</i>)	20
a. Sifat Periklanan	21
b. Fungsi-Fungsi Periklanan	22
2. Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>).....	23
3. Public Relations	25
4. Publisitas (<i>publicity</i>).....	27
5. Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	29
6. Customer Service.....	32
a. Pengertian Customer Service.....	33
b. Prinsip-Prinsip Customer Service	34
G. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	37
B. Objek Penelitian	38
C. Metode Penelitian.....	38
D. Populasi dan Sampel	39
E. Alat Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Pulau Umang Resort & SPA	44
B. Analisis	57
C. Pembahasan	87

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan93

B. Rekomendasi96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2008- 2010	3
Tabel 4.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2010	64
Tabel 4.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2009	66
Tabel 4.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2008	67
Tabel 4.4	Target Jumlah Kunjungan Wisatawan Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2009-2010	70
Tabel 4.5	Jumlah Tingkat Hunian Kamar Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2010	71
Tabel 4.6	Jumlah Tingkat Hunian Kamar Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2009	73
Tabel 4.7	Jumlah Tingkat Hunian Kamar Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2008	74
Tabel 4.8	Profil Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.9	Profil Wisatawan Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.10	Profil Wisatawan Berdasarkan Kota Asal.....	78
Tabel 4.11	Profil Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 4.12	Profil Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	79
Tabel 4.13	Profil Wisatawan Berdasarkan Partner Berlibur	80
Tabel 4.14	Profil Wisatawan Berdasarkan Lama Tinggal	80
Tabel 4.15	Tanggapan Mengenai Dari Mana Wisatawan Mengetahui Pulau Umang Resort & SPA.....	81
Tabel 4.16	Tanggapan Wisatawan Mengenai Media Komunikasi Pemasaran Yang Paling Baik Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan	82

Tabel 4.17 Tanggapan Wisatawan Mengenai Kepuasan Wisatawan Terhadap Komunikasi Pemasaran.....	83
Tabel 4.18Tanggapan Wisatawan Mengenai Penawaran Produk Melalui Personal Selling.....	83
Tabel 4.19 Tanggapan Wisatawan Mengenai Penawaran Produk Melalui Sales Promotion	84
Tabel 4.20 Tanggapan Wisatawan Mengenai Kesesuaian Fasilitas dan Aktifitas Yang Ditawarkan Pihak Marketing.....	85
Tabel 4.21 Tanggapan Wisatawan Mengenai Pemasaran Pulau Umang Resort & SPA di Indonesia.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	16
Gambar 2.2 Tujuan Komunikasi, Respon Khalayak, dan Proses Pembelian.....	19
Gambar 3.1 Peta Lokasi Pulau Umang Resort & SPA	37
Gambar 4.1 Denah Pulau Umang Resort & SPA.....	54
Gambar 4.2 Bagan Struktur Manajemen Pulau Umang Resort & SPA	56
Gambar 4.3 Grafik Kunjungan Wisatawan Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2008-2010.....	68
Gambar 4.4 Grafik Tingkat Hunian Kamar Pulau Umang Resort & SPA Tahun 2008-2010.....	75

