

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR DIAGRAM	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Metode Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori Industri MICE.....	8
a. <i>Meeting</i>	10
b. <i>Incentive Trip</i>	11
c. <i>Conference</i>	12
d. <i>Exhibition</i>	13
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15

a. <i>Product</i>	16
b. <i>Price</i>	18
c. <i>Place</i>	19
d. <i>Promotion</i>	20
C. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Metode Penelitian.....	24
B. Variabel Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	32
a. Sejarah Singkat Grand Hotel Preanger.....	32
b. Struktur Organisasi.....	34
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	35
a. Profil Tamu.....	35
b. <i>Product</i>	39
c. <i>Price</i>	59
d. <i>Place</i>	60
e. <i>Promotion</i>	61
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	66

A. Kesimpulan.....	66
B. Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71
RIWAYAT HIDUP	81

