

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang pertama ini penulis mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah dan rahmad-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas-tugas yang diwajibkan kepada Mahasiswa Universitas Medan Area pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi untuk memperoleh gelar kesarjanaan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur yang diperlukan, keterbatasan kemampuan menulis sendiri dan sebagainya, namun demikian dengan kemauan keras yang didorong oleh rasa tanggung-jawab dan dilandasi itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat diatasi.

Adapun judul yang diajukan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini adalah “Strategi Bidang Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Di Hotel Grand Nanggroe Banda Aceh”.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak telah penulis buat sibuk maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima-kasih kepada pihak-pihak tersebut, terutama kepada :

- Bapak Drs. H.M. Husni Thamrin Nst, MSi, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area,
- Bapak Drs. Bachrum Jamil, MAP, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

- Bapak Dosen Pembimbing Pembimbing I Penulis.
- Ibu Dra. Nina Siti Salmaniah Srg, MSi, selaku Dosen Pembimbing II Penulis.
- Ibu Pimpinan Hotel Grand Nanggroe Banda Aceh beserta staf dan rekan kerja dimana penulis melakukan penelitian.
- Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua unsur staf administrasi Universitas Medan Area.
- Rekan-rekan se-almamater.

Penulis juga mengucapkan rasa terima-kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis Ayahanda dan Ibunda bagi keduanya bakti dan doa penulis.

Demikianlah dahulu penulis sampaikan, dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Oktober 2009

Penulis

MAYA SAFITRI
NPM : 05 850 0045

DAFTAR ISI

	halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	6
F. Hipotesis	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Pemasaran	11
2. Strategi Pemasaran	15
B. Strategi Bauran Pemasaran.....	21
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran.....	28
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Populasi dan Sampel	30
B. Metode Pengumpulan Data	32
C. Variabel dan Definisi Operasional	33

D. Metode Analisis Data	35
BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	36
A. Sejarah Singkat Hotel Grand Nanggroe Banda Aceh.....	36
B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	38
C. Sarana dan Prasarana Yang Dimiliki	50
BAB V. PELAKSANAAN PENELITIAN, PENYAJIAN DAN ANALISA DATA.....	54
A. Pengantar Penelitian	54
B. Analisis Terhadap Variabel Penelitian	55
C. Pengujian Hipotesis	67
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	