, Juni 2016

**DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv

BIOGRAFI v

ABSTRAK vi

MOTTO viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GRAFIK xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

* 1. LATAR BELAKANG 1
	2. PERUMUSAN MASALAH 3
	3. TUJUAN PENELITIAN 3
	4. MANFAAT PENELITIAN 3

BAB II LANDASAN TEORI 5

2.1 PENGERTIAN RESERVASI 5

2.1.1 JENIS-JENIS PEMESANAN KAMAR 5

2.1.1.1 PEMESANAN KAMAR BERGARANSI

 (*GUARANTEED RESERVATION*) 5

2.1.1.2 PEMESANAN KAMAR TIDAK BERGARANSI

 (*NON-GUARANTEED RESERVATION*) 7

2.1.2 MEDIA PEMESANAN KAMAR 7

2.1.3 SUMBER-SUMBER PEMESANAN KAMAR 9

2.2 PETUGAS PEMESANAN KAMAR (*RESERVATION CLERK*) 10

2.2.1 ETIKA BERTELEPON 11

2.2.2 TEKNIK MENJUAL KAMAR DALAM RESERVASI 12

2.2.3 SIKAP DALAM MENJUAL 14

2.3 PENGERTIAN KOMUNIKASI 15

2.3.1 KOMUNIKASI PADA INDUSTRI PERHOTELAN 17

2.3.2 STRATEGI KOMUNIKASI 18

2.4 KEPUTUSAN MENGINAP 20

2.5 KERANGKA BERPIKIR 22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 23

3.1 JENIS PENELITIAN 23

3.2 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN 23

3.3 VARIABEL DAN TEKNIK PENGUKURAN 23

3.3.1 VARIABEL PENELITIAN 23

3.3.2 TEKNIK PENGUKURAN 25

3.4 JENIS DAN SUMBER DATA 25

3.5 POPULASI DAN SAMPEL 26

3.6 METODE PENGUMPULAN DATA 26

3.7 METODE ANALISA DATA 27

3.7.1 ANALISIS DESKRIPTIF 27

3.7.2 ANALISIS *PEARSON PRODUCT MOMENT* (PPM) 27

3.7.2 KOEFISIEN DETERMINATION 28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 29

4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN 29

4.1.1 SEJARAH SINGKAT LION HOTEL AND PLAZA MANADO 29

4.1.2 TARGET PASAR 31

4.1.3 TINGKAT HUNIAN KAMAR 34

4.2 DESKRIPSI RESPONDEN PENELITIAN 34

4.2.1 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN 35

4.2.2 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN USIA 36

4.2.3 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN TINGKAT

 PENDIDIKAN 36

4.2.4 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN 37

4.3 ANALISIS HASIL PENELITIAN 38

4.3.1 ANALISIS DESKRIPTIF 38

4.3.2.1 ANALISIS JAWABAN RESPONDEN VARIABEL X 38

4.3.2.1 ANALISIS JAWABAN RESPONDEN VARIABEL Y 47

4.3.2 ANALISIS KORELASI *PEARSON PRODUCT MOMENT* (PPM) 55

4.3.3 KOEFISIEN DETERMINATION 57

4.4 PEMBAHASAN 57

BAB V PENUTUP 59

5.1. KESIMPULAN 59

5.2. SARAN 60

DAFTAR PUSTAKA 62

LAMPIRAN