

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker. David A 2016. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: AB Publisher
- Burhan Bungin, M. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Fombrun, Charles J. 2018. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. 20th ed., Harvard :Business School Press.
- Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta:CV Andi Offset (Penerbit Andi)
- Griffin, Andrew. 2014. *Crisis, Issues and Reputation Management A Handbook for PR and Communications Professionals*. Great Britain: British Library Kogan Page.
- Harapan, E., Ahmad, S., & MM, D. 2022. *Komunikasi antarpribadi: Perilaku insani dalam organisasi pendidikan*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Kriyantono, Rachmat. 2021. *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Mamik, M. K. 2015. by Zifatama Publisher. *Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher*.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. 2021. *School branding: Strategi di era disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. 2011. *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sutikno, D. M. S., & Hadisaputra, P. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Lombok: Holistika

Soemirat, S., & Ardianto, E. 2016. Dasar-Dasar Public Relations.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wardhana, A., & Sudirman, A. 2022. *Pengantar Bisnis (Konsep dan Strategi E-Business)* Media Sains Indonesia.

Jurnal & Skripsi

Abratt, R., & Kleyn, N. 2012. Identitas korporat, merek korporat, korporat reputasi. Rekonsiliasi dan integrasi. *Jurnal pemasaran Eropa*. Jil.46. terbitan, 718. Hal. 1084-1063.

Adesoga, A. 2016. Pemeriksaan Relevansi Personal Selling dalam Pemasaran kegiatan: Metode deskriptif. *Jurnal akuntansi dan manajemen*, 2016, 6(2): 103-116.

Agustin, B. 2018. *Strategi Rebranding El Royale Hotel Bandung (Studi Kasus Mengenai Strategi Rebranding Grand Royal Panghegar Menjadi eL Royale Hotel Bandung Dalam Mempertahankan Citra Di Kalangan Pelanggan)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Al Ishaqi, A. A., & Islam, M. A. 2021. Perancangan Re-branding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya. *BARIK*, 2(3), 1-15.

Alcaraz, C., Hume, M. & Sullivan, G. 2007. Menciptakan praktik berkelanjutan di museum konteks: Mengadopsi layanan-sentrisitas di museum nirlaba.

- pemasaran Australia Jurnal, 17(4):219-225.
- Amenta, C. 2010. Menjelajahi kinerja pemasaran museum: studi kasus dari Italia. Jurnal internasional studi pemasaran, 2(1):24-35.
- Andriani, F., & Anandita, C. 2019. Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutiadalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93-104.
- Ariano, M. 2018. Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *CALYPTRA*, 6(2), 1452-1461. Diakses pada tanggal 07 Juli 2023
- Bhargawa, I. N. B., Udayana, A. A. G. B., & Artawan, C. A. 2022. Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Brand Tetuek Sangmong di Denpasar. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(02), 192-204.
- Cahyaningtyas, A., Wahab, A. A., & Fajri, A. (2023). Upaya Rebranding Produk Property Pada Perumahan dalam Meningkatkan Kredibilitas Pembeli Pada PT. Cendana Indo Pratama. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 18-25.
- Definisi Komunikasi menurut para ahli Diakses pada tanggal 28 November 2022
- Eggy Septiyara Putra, Endri Listiani. 2018. *Jurnal: Strategi Branding dalam Membangun Merk Agencyh Noc Vol: 4*. Bandung: Fakultas Komunikasi Universitas Islam Bandung
- Fera Kusno, Amanda Radityan, Monika Kristanti. *Jurnal: Analisa Hubungan Brand Strategy Yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill And Cafe Dan Brand Equity Yang Sudah Diterima Konsumen*. Surabaya: Universitas Kisten Petra.
- Gautama, V. A. 2022. User Generated Content pada Tiktok dan Penggunaannya di Kalangan Muda. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(4).
- Gugat, T. D., & Amri, A. 2023. Analisis Sayembara Logo BNI Life 24 Tahun sebagai Dasar Putusan Pemenang dengan Metode Skoring. *Jurnal Desain*, 10(2), 400-420.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. 2022. Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*

Terapan, 3(3), 329-346.

Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, Antonio Imanda. 2019. *Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. Jasaraharja putra cabang Bengkulu* Vol.6 No.1

Indonesia, D. 2013. Daftar Pustaka Buku. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 9(3). influencing customer satisfaction in B2B sales”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 53, pp. 172-180. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1 (2), 147-162.

Maulana, P. S. & Afifi, S. 2021. Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam.

Maulana, P. S., & Afifi, S. 2021. Analisis peran dan fungsi public relations di lembaga pendidikan islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2).

Mustofa, A. K. A. 2022. *Manajemen humas madrasah dalam meningkatkan minat masyarakat pada masa pandemi covid-19 di MAN 1 kota Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri)

Manullang, i. J. (2023). *Analisis isi akun instagram@ indonesiafeminis terkait feminis* (doctoral dissertation, fakultas ilmu sosial & ilmu politik). Metode Penelitian Kualitatif Syakir Media Press All right reserved Penulis : Dr. H. Zuchri Abdussamad, Diakses pada tanggal 20 Mei 2023

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. 2020. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

Rini, Y., Vidyarini, T. N., & Goenawan, F. 2021. Reputasi PT Bank Bukopin Tbk. di mata masyarakat Sidoarjo pasca kasus tight liquidity. *Jurnal e- Komunikasi*, 9(2).

Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Journal Komunikasi*, 12(1), 85-90.

Saputra, W. Strategi Public Relations Bank Muamalat Indonesia (BMI) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. (repository.uinjkt)

Yuri Rahmadhani. *Jurnal online: Strategi Branding Portal Online Www.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau*. Riau: JOM Fisip Universitas Riau.

Metode Penelitian Kualitatif Syakir Media Press All right reserved Penulis :
Dr. H. Zuchri Abdussamad, Diakses pada tanggal 20 Mei 2023.

Website

<http://arionparamita.co.id/news/27/rebranding-arion-suites-hotel.html>
(Diakses tanggal 10 Maret- Juli 2023)

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/42224/18321181.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Diakses pada tanggal 11 April 2023)

[https://hotelier.id/sejarah-industri-perhotelan/ Sejarah Hotel Indonesia](https://hotelier.id/sejarah-industri-perhotelan/Sejarah%20Hotel%20Indonesia)” Diakses pada tanggal 04 Nopember 2022


Tambahan

Data Arsip Hotel Arion



LAMPIRAN

Lampiran 1 *Surat Keterangan Pembimbing*

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 http://www.unas.ac.id, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 27 Maret 2023

Nomor : 066 /IK/III/2023
Lamp -
Hal : *Kesediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Dr. Sri Desti Purwatningsih, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi
Di Jakarta

Dengan hormat,

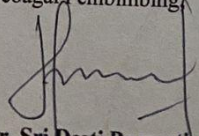
Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Genap 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Dede Rohim
NPM : 183112351640308
Konsentrasi : Public Relations
Judul Proposal Skripsi : UPAYA MEMBANGUN CITRA POSITIF PUBLIC RELATIONS PERUSAHAAN MELALUI RE-BRANDING HOTEL ASTON BRAGA BANDUNG MENJADI GRAND DAFAM BRAGA BANDUNG

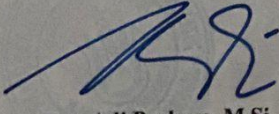
Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing


Dr. Sri Desti Purwatningsih, M.Si
* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua,


Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran 2 Surat Tugas Pembimbing

**UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
Jl. Sawo Mambi No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febnas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Sri Desti Purwatiningih, M.Si**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Dede Rohim
Nomor Pokok : 183112351640308
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Akreditasi :
Doktor Ilmu Politik (B) - Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Politik (A)
Sarjana Hubungan Internasional (B) - Sarjana Sosiologi (Unggul) - Sarjana Administrasi Publik (A)
Sarjana Ilmu Komunikasi (A)
Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp (021) 70737624, 7806700 Ext.146,
Fax 7802718-7802719 Homepage : http://www.unas.ac.id Email info@unas.ac.id

Jakarta, 3 Juli 2023

Nomor : 715/WD/VII/2023
Lamp : -
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : HRD Hotel Arion Suite Bandung
Ditempat.

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa berikut :

Nama : Dede Rohim
No/Pokok Mahasiswa : 183112351640308
Semester : 9/T.A. 2022/2023
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Alamat Rumah : Jl. Melati X Kota Tangerang 15119
No. Telepon : 085320318993
Email : dederohim0@gmail.com

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul : **Membangun citra positif Hotel Arion Suites Bandung melalui Re-branding Hotel Arion Swiss-Bell Hotel Bandung menjadi Arion Suites Hotel Bandung**
Dosen Pembimbing/Penanggung Jawab **Dr. Sri Desfi Purwatiningsih** Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Wakil Dekan


Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si

Program Studi : Doktor Ilmu Politik - Magister Ilmu Politik - Magister Administrasi Publik - Sarjana Ilmu Politik - Sarjana Hubungan Internasional
Sarjana Sosiologi - Sarjana Administrasi Publik - Sarjana Ilmu Komunikasi

Lampiran 4 *Surat Keterangan Setelah Melaksanakan Penelitian*

ARION SUITES HOTEL
B A N D U N G

Bandung, 24 Juli 2023

Nomor : 029/HRA/HRD/VII/2019
Perihal : **Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rizka Oktaviyany
Posisi : Human Resources Coordinator

Menerangkan dengan sebenarnya:

Nama : Dede Rohim
Lembaga/Kampus : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Adalah benar telah melaksanakan penelitian di Arion Suites Hotel Bandung pada tanggal 10 Juli 2023 .
Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-banarnya.
Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Rizka Oktaviyany
Human Resources Coordinator

UNIVERSITAS NASIONAL

Jl. Otto Iskandar Dinata No. 16, Bandung 40171, West Java, Indonesia
Phone : (+6222) 424 0000
Mobile : (+62) 812 1212 0248
E-mail : reservation@arionsuiteshotel.com

Lampiran 5 *Tabel lokasi dan jadwal penelitian*

Kegiatan	Mei-23				Jun-23				Jul-23					Agst-23			
	2	3	4	5	3	4	5	6	7	8	9	10	22	18	19	20	21
Seminar Proposal																	
Bimbingan dan Revisi Bab 1-3																	
Menghubungi Tempat Penelitian																	
Pembuatan Draft Wawancara																	
Wawancara <i>Key Informan</i>																	
Wawancara Informan Utama																	
Wawancara Informan Pendukung 1																	
Wawancara Informan Pendukung 2																	
Analisis Data																	
Penyusunan Laporan Akhir																	
Sidang akhir hasil Penelitian																	

Lampiran 6 *Daftar Pertanyaan wawancara*

Daftar Pertanyaan Wawancara

Nama : Ristien Prawiti Mulyadi

Jabatan : Direct of Sales Marketing

Pertanyaan :

A. Credibility

1. Bagaimana menurut anda membangun Reputasi kepercayaan kepada seluruh Tamu Hotel ataupun Customer setelah dilakukanya Re-branding?
2. Setelah itu bagaimana anda meng komunikasikan kepercayaan tamu Hotel dalam membangun citra positif setelah proses Re-Branding?
3. Menurut anda apakah kualitas Produk Hotel menjadi lebih baik setelah melakukan Re-Branding?
4. Dalam membangun citra yang positif bagaimana Hotel Arion bisa dipercaya oleh Customer diluar sana setelah melakukan Re-Branding?

B. Security

1. Bagaimana reputasi tentang sistem keamanan Hotel Arion setelah dilakukanya Re-Branding?
2. Apakah setiap Tamu yang menginap di Hotel merasakan Kemanan dan kenyamanan setelah proses Re-Branding?
3. Dengan dilakukanya Re-Branding apakah keamanan dan kenyamanan Hotel itu tetap sama dengan sebelum Re-Branding?
4. Bagaiaman kenyamanan yang dirasakan oleh seluruh tamu Hotel setelah proses Re-Branding apakah tetap merasakan suasana yang berbeda?

C. Competence

1. Apa keterampilan dari pihak sales dalam meng komunikasikan Proses re-Branding?
2. Dalam membangun citra yang positif keterampilan apa saja yang dapat dilakukan dalam hal proses Re-Branding?
3. Proses Re-Branding ini membutuhkan waktu berapa lama untuk pihak Hotel mempersiapkan semuanya?
4. Apakah kinerja karyawan Hotel Arion dapat meningkatkan kembali Reputasi setelah proses Re-Branding?

D. Courtesy

1. Jasa pelayanan seperti apa yang dapat meningkatkan kembali Reputasi Hotel Setelah proses Re-Branding
2. Bagaimana cara Hotel mempromosikan jasa pelayanan terbaru setelah proses Re-Branding?
3. Produk atau fasilitas apa yang dapat menarik kembali Customer Hotel setelah dilakukan Re-Branding agar dapat membangun kembali Citra Positif?

4. Apakah kualitas pelayanannya tetap sama dengan sebelum Hotel ini di Re-Branding?
5. Visi dan misi apa yang direncanakan oleh pihak sales dalam proses Re-Branding pelayanan jasa Hotel?

Nama : Dhiah Intan Pratiwi

Jabatan : Public Relations Officer

Pertanyaan :

A. Credibility

1. Bagaimana cara perusahaan selalu menjadi andalan dan memiliki minat khususnya di kalangan tamu Hotel setelah dilakukannya Re-Branding?
2. Apakah seluruh tamu Hotel ataupun customer diluar sana mempercayai kualitas yang baru dalam membangun citra yang positif setelah proses Re-Branding?
3. Bagaimana perusahaan dalam menjaga kepercayaan dan meningkatkan kejujuran kepada tamu Hotel untuk tetap memiliki citra yang positif?
4. Kepercayaan apa yang anda harapkan pada Hotel ini setelah melakukan Re-Branding?

B. Security

1. Menurut anda apakah seluruh tamu Hotel selalu masih merasa nyaman dengan suasana pelayanan baru setelah dilakukannya Re-Branding?
2. Keamanan seperti apa yang anda berikan kepada seluruh Tamu ataupun Customer dalam membangun citra yang positif setelah Re-Branding?
3. Apakah ada kendala anda sebagai seorang PR dalam menjalankan Tugas dan tanggung jawab setelah Re-Branding ini?

C. Competence

1. Keterampilan apa yang anda miliki sebagai seorang PR dalam Membangun kembali citra yang positif setelah proses Re-Branding?
2. Kontribusi positif apa yang anda bangun dalam ruang lingkup pekerjaan khususnya dalam meningkatkan kinerja Hotel Arion?
3. Apa harapan kedepan nya yang bisa meningkatkan keterampilan kinerja karyawan setelah proses Re-Branding ini?

D. Courtesy

1. Kesan apa yang anda berikan sebagai seorang Pr kepada seluruh tamu Hotel?
2. Jenis pelayanan apa yang anda lakukan dalam membangun kembali citra yang positif di kalangan tamu Hotel ataupun kepada seluruh Customer ?
3. Bagaimana anda sebagai seorang PR mampu berperan baik dalam membangun kembali citra positif Hotel?

4. Adakah perubahan dalam SOP segi pelayanan setelah dilakukannya Re-Branding?
5. Fasilitas apa yang anda berikan kepada seluruh tamu Hotel dalam hal memenuhi kepuasan tamu ataupun Customer?

Nama : M Luthfy Alamsyah

Jabatan : Staff Hotel Arion

Pertanyaan :

A. Credibility

1. Anda sebagai staff/karyawan yang bekerja di Hotel ini apakah ada Keterampilan Baru yang dilakukan seluruh staff setelah adanya proses Re-Branding ini dalam Membangun citra positif kepada seluruh tamu Hotel yang menginap ?
2. Menurut pandangan anda sebagai staff, bagaimana caranya pihak hotel atau perusahaan bisa mempunyai minat di hati para Tamu Hotel
3. Apakah dengan membangun citra positif kembali bisa mengembalikan bentuk rasa kepercayaan di hati pelanggan atau tamu Hotel?
4. Apa harapan anda setelah dilakukannya Re-Branding ini?

B. Security

1. Menurut anda apakah Hotel ini tetap aman setelah dilakukannya Re-Branding?
2. Kenyamanan apa yang anda berikan kepada seluruh tamu hotel agar bisa membangun kembali citra yang positif?
3. Dalam hal memberikan keamanan dan kenyamanan apakah reputasi Hotel akan jauh lebih baik setelah proses Re-Branding ini?

C. Competence

1. Keterampilan apa yang anda miliki sebagai seorang Staff, yang bisa membangun kembali citra yang positif khususnya dikalangan tamu Hotel ataupun Customer?
2. Bagaimana cara anda memberikan kinerja yang baik kepada perusahaan agar bisa menumbuhkan citra yang positif setelah proses Re-Branding?
3. Apa Harapan anda yang bisa menciptakan keterampilan yang baik kepada seluruh tamu Hotel?

D. Courtesy

1. Pelayanan apa yang anda bisa berikan kepada seluruh Tamu Hotel dalam membangun citra yang positif setelah proses Re-Branding?
2. Apakah kualitas pelayanan nya mengalami kenaikan atau tetap sama sebelum dilakukannya Re-Branding ini?
3. Dalam memperlakukan tamu hotel apakah anda tidak membeda-bedakan nya sebelum dan setelah proses Re-branding?
4. Menurut anda reputasi Hotel seperti apa yang bisa meningkatkan pelayanan nya agar tetap menjadi minat dihati pelanggan atau Tamu Hotel?

Nama : Anggi

Jabatan : Tamu Hotel Arion

Pertanyaan :

A. Credibility

1. Keterampilan apa yang pihak Hotel Arion berikan Kepada Anda sebagai tamu yang menginap di Hotel ini Setelah dilakukanya perubahan Hotel atau yang dikenal Re-Branding?
2. Sebagai tamu yang pernah menginap di Hotel Arion Apakah anda mempunyai minat untu kembali menginap disana setelah proses Re-Branding ini?
3. Menurut anda apakah dengan citra positif hotel yang baru itu sama atau berbeda dengan yang sebelum hotel itu di Re-Branding?

B. Security

1. Keamanan yang seperti apa yang diberikan pihak Hotel kepada anda setelah Melakukan Re-Branding in?
2. Apakah anda merasa nyaman dengan situasi atau kondisi Hotel yang baru ini?
3. Apakah pihak hotel selalu menjaga Privacy anda ketika anda menginap di hotel tersebut?

D. Competence

1. Menurut anda apakah kinerja Hotel tersebut menjadi lebih baik setelah proses Re-Branding ini?
2. Bagaimana tanggapan saudara tentang kinerja Hotel Arion setelah proses Re-Branding apakah menjadi lebih baik?
3. Apakah Hotel ini tetap menjadi minat di hari saudara setelah adanya Re-Branding atau perubahan perusahaan?

E. Courtesy

1. Menurut saudara yang pernah menginap di Hotel Arion ini apakah pelayanannya semakin bagus dengan adanya Re-Branding ini?
2. Dari segi pelayanan atau jasa yang ditawarkan menurut anda apakah ada perubahan atau tidak?
3. Produk knowledge apa yang anda suka dari proses Re-Branding ini?
4. Apakah kualitas di Hotel Arion ini masih sama dengan sebelum Hotel ini Re-Branding?

Lampiran 7 *Dokumentasi penelitian*



Ibu Riestin Prawiti Mulyadi Selaku Sales Marketing Manager Arion Suites Hotel Bandung



Ibu Diah Intan Pratiwi selaku Public Relations Arion Suites Hotel Bandung



**Bapak M Luthfy Selaku Duty
Manager Front Office Arion
Suites Hotel Bandung**



**Bapak Anggi selaku Tamu Arion Suites
Hotel Bandung**



Lampiran 8 Potofolio Arion Suites Hotel

**Wedding Pacakge
(Sebelum Re-Branding Swissbell)**

**Wedding Package
(Setelah Re-Branding Arion Suites)**

Zelus
Paket: 1.400.000,-

- Wedding Party (Inclusive of: Reception, Side 5th floor)
- Two nights stay at Junior Suite
- Wedding Decoration
- Flower Bouquet and Luxurious Petticoat
- Entertainment (50 pax)
- Reception table
- Master of Ceremony
- Photo: 1000 photos later
- Wedding Cars
- Special wedding buffet for 300 persons with menu choice:
- 1st dinner
- 2nd dinner
- 1st breakfast
- 2nd breakfast

Complimentary:
- Free Photo taking for pre-wedding at Arion Swiss-Belhotel
- Spa at "JYP" parking for 10 cars
- Brides dressing room
- Special rate for additional Room

Arion Swiss-Belhotel Bandung
Jl. Otto Iskandar Dinata No. 16
Bandung 40171 West Java, Indonesia
Telp: (62-22) 424 0000
Email: sales@arionsuitesbandung.com
www.swiss-belhotel.com

ARION SWISS-BELHOTEL
BANDUNG

ARION SWISS-BELHOTEL
BANDUNG

ARION SUITES HOTEL
BANDUNG

Wedding Package

Ixora
IDR 52.500.000,-
Nett for 300 pax

INCLUSIVE

- Food and Beverage
- Standard Decoration
- Master of Ceremony
- Music Entertainment
- Wedding Photographer
- Coffee Break 50 (fifty) Pax
- Reception Book
- 1 (one) Night Stay at Junior Suite
- Honeymoon Set Up in Bridal Room
- Couple Massage 60 Minutes
- 1 (one) Time Pre-Wedding Venue
- 1 (one) Bottle Sparkling Juice
- Food Testing for 6 (six) Pax
- Standard Sound System
- Special price for additional rooms

Jl. Otto Iskandar Dinata No. 16 Bandung 40171
West Java, Indonesia
P : (62-22) 424 0000
M : (62) 812 1212 0248
IG : arionsuitesbandung
www.arionsuiteshotel.com

CELEBRATE YOUR WEDDING DAY
FOR ONLY ONE UNFORGETTABLE
MOMENT IN YOUR LIFE

UNIVERSITAS NASIONAL

Daftar Room Rate(Harga kamar)

Sebelum *Re-Branding*
2020

Setelah *Re-Branding*
2023

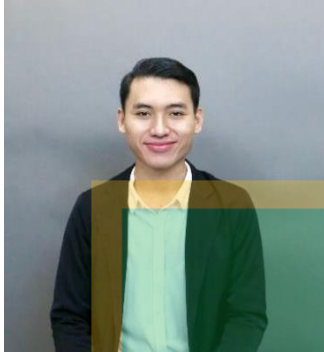
RATE STRUCTURE 2020										RATE STRUCTURE 2023									
PUBLISH RATES / ONLINE RATES										DYNAMIC RATES									
Deluxe		Business Rooms		Business Suite		Family Suit				Deluxe		Business		Business Suite		Family			
RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB		
F1	795,000	885,000	815,000	955,000	1,115,000	1,265,000	1,415,000	1,565,000	1,715,000	95%	100%	715,000	104%	845,000	815,000	965,000	1,015,000	1,115,000	1,215,000
F2	680,000	820,000	775,000	915,000	1,060,000	1,200,000	1,345,000	1,485,000	1,625,000	85%	95%	685,000	98%	835,000	785,000	895,000	945,000	1,045,000	1,145,000
F3	645,000	785,000	735,000	875,000	1,005,000	1,145,000	1,275,000	1,415,000	1,555,000	80%	90%	645,000	93%	795,000	745,000	855,000	905,000	1,005,000	1,105,000
F4	610,000	750,000	700,000	840,000	950,000	1,090,000	1,230,000	1,370,000	1,510,000	75%	85%	610,000	88%	760,000	710,000	820,000	870,000	970,000	1,070,000
F5	570,000	710,000	650,000	790,000	890,000	1,030,000	1,170,000	1,310,000	1,450,000	70%	80%	570,000	83%	720,000	670,000	780,000	830,000	930,000	1,030,000
CORPORATE RATE										CORPORATE RATE									
Deluxe		Business Rooms		Business Suite		Family Suit				Deluxe		Business		Business Suite		Family			
RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB		
TIER 1 (F6)	535,000	675,000	610,000	750,000	840,000	980,000	1,060,000	1,200,000	1,280,000	60%	70%	535,000	70%	675,000	610,000	750,000	840,000	980,000	1,060,000
TIER 2 (F7)	500,000	640,000	570,000	710,000	780,000	930,000	990,000	1,140,000	1,200,000	55%	65%	500,000	65%	640,000	570,000	710,000	780,000	930,000	990,000
TIER 3 (F8)	465,000	605,000	530,000	670,000	724,000	884,000	920,000	1,080,000	1,120,000	50%	60%	465,000	60%	605,000	530,000	670,000	724,000	884,000	920,000
GOVERNMENT RATE										GOVERNMENT RATE									
Deluxe		Business Rooms		Business Suite		Family Suit				Deluxe		Business		Business Suite		Family			
RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB		
TIER 1 (F9)	430,000	570,000	490,000	630,000	670,000	810,000	850,000	990,000	1,030,000	45%	55%	430,000	50%	570,000	490,000	630,000	670,000	810,000	850,000
GROUP RATES / FIT PROMO										GROUP RATES / FIT PROMO									
Deluxe		Business Rooms		Business Suite		Family Suit				Deluxe		Business		Business Suite		Family			
RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB	RO	RB		
GROUP 1/FIT PROMO 2 (F10)	395,000	535,000	450,000	590,000	615,000	755,000	780,000	920,000	945,000	40%	50%	395,000	45%	535,000	450,000	590,000	615,000	755,000	780,000
GROUP 2/FIT PROMO 2 (F11)	358,000	498,000	408,000	548,000	558,000	698,000	708,000	848,000	858,000	35%	45%	358,000	40%	498,000	408,000	548,000	558,000	698,000	708,000
GROUP 3/FIT PROMO 3 (F12)	320,000	460,000	370,000	510,000	500,000	640,000	640,000	780,000	780,000	30%	40%	320,000	35%	460,000	370,000	510,000	500,000	640,000	640,000

Struktur Rate 2020 sebelum *Re-Branding* Tepatnya masih di bawah Management Swiss-bell untuk harga kamar ditentukan oleh sales corporate swiss-bell

Untuk struktur rate pada tahun 2023 setelah *Re-Branding*, Harga kamar ditentukan setelah meeting Internal dan di tentukan oleh pihak Hote arion sendiri.

UNIVERSITAS NASIONAL

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



I. Data Pribadi

1.	Nama	:	Dede Rohim
2.	Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
3.	Tempat/ Tanggal Lahir	:	Ciamis/ 16 Nopember 1998
4.	Kewarganegaraan	:	Indonesia
5.	Alamat Rumah	:	Jl Melati X Kota Tangerang
6.	Telephone	:	085320318993
7.	Email	:	Dederohim0@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan

No	Tahun	Institusi	Jurusan
1.	2023	Universitas Nasional	Ilmu Komunikasi
2.	2017	SMKN 1 Ciamis	Akomodasi Perhotelan

III. Riwayat Pekerjaan

No	Riwayat Pekerjaan
1.	17 Oktober- 15 November Guest Service Agent, Mercure Hotel Jakarta Gatot Subroto 20 November 2022 -Sekarang Customer Service, Mall Central Market Pantai Indah Kapuk

IV. Uraian Keterampilan yang dikuasai Bahasa Asing

No	Jenis Keterampilan	Tingkat Penguasaan
1.	Bahasa Inggris	Intermediate
2.	Bahasa Sunda	Fluent
3.	Microsoft Office	Intermediate

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini buat dengan Sebenar-benarnya.

Jakarta, Agustus 2023



Dede Rohim

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	docplayer.info Internet Source	3%
2	www.bisnisbandung.com Internet Source	2%
3	repository.unas.ac.id Internet Source	2%
4	publication.petra.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	hotelier.id Internet Source	1%
8	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	1%
9	www.slideshare.net Internet Source	1%