

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SCAN KARTU TANDA MAHASISWA .....</b>	<b>II</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Jadwal Penulisan Tugas Akhir .....</b>	<b>8</b>
<b>1.6 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Sejarah Perusahaan.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Visi Misi dan Nilai Perusahaan.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.1 Visi PT. Angkasa Pura I (Persero) .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.2 Misi PT. Angkasa Pura I (Persero).....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.3 Nilai Perusahaan .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Logo Perusahaan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Struktur Organisasi .....</b>	<b>15</b>

2.4.1 Penjabaran Struktur PT. Angkasa Pura I (Persero) ..	16
2.4.2 Kegiatan Operasional Perusahaan .....	24
2.5 Sejarah singkat Hotel Ibis Budget Surabaya Airport .....	27
2.5.1 Beberapa fasilitas hotel Ibis Budget Surabaya Airport.....	28
2.5.2 Jenis-jenis kamar di Hotel Ibis Budget Surabaya Airport.....	28
<b>BAB III: PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Landasan Teori .....	31
3.1.1 Bauran Pemasaran.....	31
3.1.1.1 Bauran Produk .....	31
3.1.2 <i>Brand</i> .....	32
3.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.2.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2.2 Sumber Data .....	34
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.2.6 Skala Pengukuran .....	37
3.2.7 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Hasil Data.....	40
3.3.1 Uji Validitas .....	40

3.3.2 Uji Reliabilitas .....	41
<b>3.4 Pembahasan dan Hasil kuesioner <i>Brand Awareness</i> pada Hotel Ibis Budget Surabaya Airport di Bandar Udara Internasional Juanda.....</b>	<b>41</b>
3.4.1 Deskripsi Responden.....	41
3.4.2 Tabulasi data berdasarkan 4 dimensi <i>Brand Awareness</i> .....	46
3.4.3 Analisis <i>Brand Awareness</i> pada Hotel Ibis budget Surabaya Airport... ..	52
<b>BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Kesimpulan .....	55
4.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pergerakan Penumpang Tahun 2015 – 2019.....	2
Tabel 1.2 Kunjungan hotel di Surabaya.....	4
Tabel 1.3 Kegiatan Tugas Akhir.....	8
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	38
Tabel 3.2 Operasional Konsep.....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 3.5 Hasil Tabulasi data dimensi <i>Unaware of Brand</i> .....	46
Tabel 3.6 Hasil Tabulasi data dimensi <i>Brand Recognition</i> .....	48
Tabel 3.7 Hasil Tabulasi data dimensi <i>Brand Recall</i> .....	50
Tabel 3.8 Hasil Tabulasi data dimensi <i>Top Of Mind</i> .....	51
Tabel 3.9 Rata-rata Variabel.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian.....	9
Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	13
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi.....	15
Gambar 2.3 Hotel Ibis Budget Surabaya Airport.....	26
Gambar 2.4 <i>Cocoon room queensive bed</i> .....	27
Gambar 2.5 <i>Cocoon room with 1 dan 2 Queen size bed runaway view</i> .....	28
Gambar 2.6 <i>Cocoon Suite room</i> .....	29
Gambar 3.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 3.2 Karakteristik berdasarkan Usia.....	42
Gambar 3.3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan.....	43
Gambar 3.4 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	45
Gambar 3.5 Karakteristik berdasarkan Pendapatan.....	46