

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Surya Wira Dharma

20130530334

**STRATEGI POSITIONING NAMIRA HOTEL BERBASIS SYARIAH
YOGYAKARTA DALAM MENGGOKOHKAN BRAND IMAGE TAHUN 2016**

Tahun Skripsi: 2018 + 95 Halaman

Daftar Kepustakaan: 25 Buku + 5 Jurnal + 5 Skripsi + 2 Sumber Internet

Penelitian ini membahas mengenai strategi positioning Namira Hotel Syariah Yogyakarta dalam mengkokohkan brand image. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi positioning yang dilakukan Namira Hotel Berbasis Syariah pada tahun 2016. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dimana data yang dikumpulkan berupa gambar atau dokumen yang berkaitan. Langkah-langkah untuk pengumpulan data dan analisis data dilakukan melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara diperoleh melalui General Manager Namira Hotel Syariah Yogyakarta, karyawan Namira Hotel Syariah Yogyakarta dan konsumen yang pernah menginap di Namira Hotel Syariah Yogyakarta. Setelah mendapatkan hasil dari wawancara dan dokumen, selanjutnya dilakukan analisis data sebagai proses reduksi hasil dari wawancara serta dari dokumen yang berhubungan dengan strategi positioning. Setelah itu dilakukan penyajian data dengan cara menyusun, mengumpulkan dan menyederhanakan informasi sehingga penyajian data mudah dipahami. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Namira Hotel Syariah Yogyakarta telah melakukan strategi positioning dengan tujuan untuk menarik calon konsumen baru agar sadar akan keberadaan hotel ini serta membentuk dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap Namira Hotel Syariah Yogyakarta. Perlu terus dilakukan strategi positioning agar Namira Hotel Syariah Yogyakarta mampu bertahan ditengah-tengah persaingan hotel yang semakin banyak.

Kata kunci : Strategi Positioning, Namira Hotel Syariah Yogyakarta, Brand Image

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Studies

Concentration Public Relations

Surya Wira Dharma

20130530334

POSITIONING STRATEGY OF HOTEL BASED NAMIRA SYARIAH YOGYAKARTA IN CEMENTING THE BRAND IMAGE OF 2016

Thesis Year: 2018+ 95 Pages

References: 25 Books + 5 Journals + 5 Theses + 2 Website

The research discusses the positioning strategy of Namira Syariah Hotel Yogyakarta in cementing the brand image. The purpose of this research is to know how the positioning strategy done Namira Hotel based on Syariah in 2016. This research is a qualitative descriptive type, data collected in the form of picture or related documents. The steps for data collection and data analysis are done through interview techniques and documentation. Interviews obtained through general manager Namira Syariah Hotel Yogyakarta, employee Namira Syariah Hotel Yogyakarta, and consumers who ever stay in Namira Syariah Hotel Yogyakarta. After obtaining the results of the interview and the document, then analyzed the data as the process of reduction of results from interviews as well as from documents related to positioning strategy. After that the presentation of data by compiling, collecting and simplifying the information so that the presentation of the data easily understood.

The result of this research can be concluded that Namira Syariah Hotel Yogyakarta has done positioning strategy with purpose to attract new consumer to be aware of existence of this hotel and to form and maintain customer loyalty to Namira Syariah Hotel Yogyakarta. It is necessary to continue the positioning strategy so that the Namira Syariah Hotel Yogyakarta can survive in the midst of increasingly hotel competition.

Keywords : Positioning Strategy, Namira Syariah Hotel Yogyakarta, Brand Image