

**PENGARUH PROMOSI *ABOVE THE LINE* TERHADAP KEPUTUSAN  
MENGINAP DI PANGERAN CITY HOTEL PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sain  
Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



**SANTIKA OKTAVIA FANI  
NIM. 19135269/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Promosi *Above The Line* Terhadap Keputusan Menginap Di Pangeran City Hotel Padang  
Nama : Santika Oktavia Fani  
NIM/BP : 19135269/2019  
Program : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 2023

Nama

Tanda Tangan

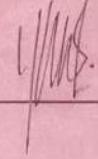
1. Ketua : Feri Ferdian, S.ST.,M.M., Ph.D CHE

1. 

2. Anggota : Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si

2. 

3. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M

3. 

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI *ABOVE THE LINE* TERHADAP KEPUTUSAN  
MENGINAP DI PANGERAN CITY HOTEL PADANG**

Nama : SANTIKA OKTAVIA FANI  
NIM/BP : 19135269/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

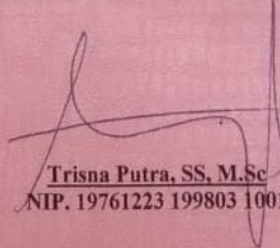
Disetujui Oleh:

Pembimbing



**Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D CHE**  
NIP. 199202262020121012

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131  
Telp. (0751)7051186  
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id  
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

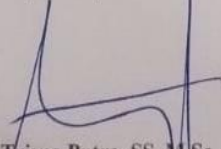
Nama : Santika Oktavia Fani  
NIM/TM : 19135269 / 2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Promosi *Above The Line* Terhadap Keputusan Menginap di Pangeran City Hotel Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,  
Kepala Departemen Pariwisata

  
Trisna Putra, SS, M.Sc  
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



Santika Oktavia Fani  
NIM. 19135269

## ABSTRAK

**Santika Oktavia Fani, 2023.** Pengaruh Promosi *Above The Line* Terhadap Keputusan Menginap Di Pangeran City Hotel Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan ditemukannya permasalahan yang berkaitan dengan promosi *above the line* pada keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang. Penelitian bertujuan agar diketahui pengaruh promosi *above the line* pada keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Jumlah sampel yang diteliti yaitu 100 orang. Pengumpulan data pada penelitian kali ini adalah dengan penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Uji coba instrumen memakai dua cara yaitu dengan uji coba validitas dan uji coba reliabilitas. Tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data adalah statistik dasar hasil penelitian dan deskripsi data. Penelitian ini mengukur outer model yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji validitas reliabilitas serta inner model. Variabel independen yang diteliti pada penelitian kali ini adalah *above the line*, serta variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan menginap. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Smart PLS-SEM versi 4.

Hasil penelitian ini menyatakan *above the line* di Pangeran City Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan tingkat capaian responden sebanyak 78%. Sedangkan keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan tingkat capaian responden sebanyak 78%. *Above the line* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang dengan P value 0,000 yang dimana  $< 0,05$  serta T statistiknya yaitu  $9.952 > 1.96$  yang dimana hasilnya dapat diterima. Hal ini juga dikatakan oleh Juwitasari (2015) yang menyatakan pengaruh *above the line* terhadap keputusan menginap menunjukkan nilai yang signifikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Promosi *Above The Line* Terhadap Keputusan Menginap di Pangeran City Hotel Padang**”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini banyak peneliti temui, tetapi berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE selaku Dosen Pembimbing Skripsi serta Dosen Akademik yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Dr. Kasmita, S,Pd, M.Si selaku Penguji 1 yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian ini.
5. Bapak Youmil Abrian, SE,M.M selaku Penguji 2 yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian ini.

6. Seluruh dosen, tenaga *administrasi* dan teknisi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Bapak Maslizar dan Ibu Afrida Yeni selaku orang tua peneliti, Rizo Pratama selaku saudara kandung yang selalu menyemangati peneliti serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tak terhingga sehingga peneliti bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Sahabat, teman-teman dan seluruh rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2019 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada peneliti.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 2023

Santika Oktavia Fani  
NIM. 19135269

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Masala .....	9
F. Manfaat Masalah.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	11
1. Promosi .....	11
2. <i>Above The Line</i> .....	16
3. Keputusan Menginap .....	20
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODOLOGI</b>	
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
C. Variabel Penelitian .....	25
D. Defenisi Operasional Variabel .....	26
1. <i>Above The Line</i> .....	26
2. Keputusan Menginap .....	27
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel .....	28



F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Jenis Data .....	29
2. Teknik Pengambilan Data.....	29
G. Instrumen Penelitian .....	30
H. Uji Coba Instrumen .....	33
1. Uji Validitas .....	34
2. Uji Reabilitas.....	35
I. Teknik Analisis Data .....	36
1. Deskripsi Data .....	36
2. Structural Equation Model (PLS-SEM).....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	41
1. Analisis Deskripsi Data Karakteristik Responden .....	41
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	55
3. Structural Equation Model (PLS-SEM).....	55
a. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	55
b. Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	62
c. Pengajian Hipotesis.....	64
B. Pembahasan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Tamu Yang Menginap Di Pangeran City Hotel.....	3
Tabel 2 <i>Guest Review</i> Terhadap Hotel.....	4
Tabel 3 Pilihan Skala Likert Pada Variabel X dan Variabel Y .....	35
Tabel 4 Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	36
Tabel 5 Uji Coba Validitas X dan Y .....	38
Tabel 6 Uji Coba Reabilitas Variabel Promosi <i>Above The Line</i> (X).....	39
Tabel 7 Uji Coba Reabilitas Variabel Keputusan Menginap (Y).....	39
Tabel 8 Batas Internal dan Kategori Pilihan .....	42
Tabel 9 Tingkat Capaian Responden (TCR) .....	42
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	46
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	48
Tabel 14 Karakteristik Berdasarkan Tujuan Menginap .....	48
Tabel 15 Karakteristik Berdasarkan Pernah Menginap Di Pangeran City Hotel ..	49
Tabel 16 Deskripsi Data <i>Above The Line</i> .....	50
Tabel 17 Tingkat Capaian Responden Above The Line .....	51
Tabel 18 Deskripsi Data Keputusan Menginap .....	52
Tabel 19 Tingkat Capaian Responden Keputusan Menginap .....	55
Tabel 20 Hasil Outer Loading .....	57
Tabel 21 Contract Reliability and Validity .....	62
Tabel 22 Nilai <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornel Larcker</i> ) .....	64
Tabel 23 HTMT .....	66
Tabel 24 Cross Loading .....	66
Tabel 25 Nilai R-Square.....	67
Tabel 26 Hasil Path Coefficient.....	70

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Pangeran City Hotel .....	2
GAMBAR 2 Kerangka Konseptual .....	27
GAMBAR 3 Histogram Kurva Normal (2023).....	52
GAMBAR 4 Histogram Kurva Normal(2023).....	56
GAMBAR 5 Structural Model .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner Ujicoba Penelitian.....	75
LAMPIRAN 2 Tabulasi Ujicoba Variabel Y .....	84
LAMPIRAN 3 Tabulasi Ujicoba Variabel X .....	85
LAMPIRAN 4 Hasil Ujicoba Variabel X .....	86
LAMPIRAN 5 Hasil Ujicoba Variabel Y .....	92
LAMPIRAN 6 Barqode Ujicoba .....	100
LAMPIRAN 7 Barqode Penelitian .....	100
LAMPIRAN 8 Kuisisioner Penelitian.....	101
LAMPIRAN 9 Tabulasi Penelitian Variabel Y.....	115
LAMPIRAN 10 Tabulasi Penelitian Variabel X.....	118
LAMPIRAN 11 Dokumentasi Pribadi.....	123



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata merupakan sektor yang bergerak dibidang jasa, guna untuk meningkatkan perekonomian nasional maupun daerah. Pentingnya pariwisata disebuah daerah yaitu dapat meningkatkan sumber daya manusia di daerah itu sendiri, dapat mengurangi pengangguran, meningkatkan ekonomi daerah, serta wilayah yang dikenal oleh masyarakat luas. Menurut Sulastiyono (2016), Industry Pariwisata sangat erat kaitannya dengan dunia perhotelan, karena dunia perhotelan bergerak dibidang jasa serta akomodasi untuk mendukung aspek pariwisata.

Menurut Hurdawaty dan Paranita (2018) menyatakan bahwa hotel merupakan tempat penginapan yang dimana kamar yang tersedia di sewakan kepada masyarakat umum untuk waktu tertentu serta juga menyediakan makanan, minuman dan fasilitas lainnya bagi tamu yang menginap. Hotel memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, minuman dan jasa pelayanan lainnya. Semakin berkembangnya zaman perhotelan tidak hanya digunakan sebagai tempat menginap ataupun untuk makan dan minum saja, tetapi juga berkembang memiliki fasilitas lain seperti tempat kebugaran atau tempat olahraga, tempat rileksasi, serta tempat hiburan. Perkembangan hotel ini dipengaruhi oleh banyaknya

peminat wisata suatu daerah.Salah satunya adalah Pangeran City Hotel Padang.



**Gambar 1. Pangeran City Hotel Padang**

Sumber : [www. TimesIndonesia](http://www.TimesIndonesia)

Pangeran City Hotel Padang merupakan hotel bintang 3 yang beralamat di jalan Dobi No.3, RW 5, Kp, Pd, Kec. Padang Barat, Kota Padang Sumatera Barat. Pangeran City Hotel Padang berdiri pada tahun 1981 yang didirikan oleh Datuk Pangeran serta juga memiliki hotel yang sama dengan nama Pangeran Beach Hotel Padang. Adapun fasilitas yang tersedia di Pangeran City Hotel Padang adalah 99 kamar, restaurant, serta parkir yang disediakan secara gratis oleh pihak hotel. Pangeran City Hotel Padang juga memiliki meeting room yang bisa digunakan untuk berbagai event yang ada.

Tidak hanya itu, Pangeran City Hotel Padang juga terletak ditempat yang strategis yang dimana hanya 10.4Km dari Internasional Minang Kabau Airport menuju hotel, 450 meter dari hotel menuju pantai air manis, dekat dengan Museum Aditiyawarman, Jembatan Siti Nurbaya,

Taman Budaya Cultural center, serta juga terletak dekat dengan pantai Padang. Terletak di tempat yang strategis, namun penurunan jumlah tamu juga terjadi pada Pangeran City Hotel padang pada saat *high season*. Menurut (Kristanto & Wahyuni, 2019) juga menyatakan bahwa keputusan menginap merupakan suatu tindakan dalam mengambil keputusan konsumen untuk memilih penginapan atau hotel yang akan digunakan sebagai tempat tinggal sementara. Dalam hal ini konsumen atau pengunjung akan melakukan evaluasi terhadap apa yang mereka inginkan, termasuk memilih tempat istirahat sementara yang mereka pilih.

Hal ini terjadi pada Pangeran City Hotel dimana terdapat penurunan jumlah tamu yang menginap pada saat *high season*. Hal ini terjadi pada bulan Juli, September dan Oktober, dimana jumlah tamu yang menginap di hotel Pangeran City mengalami ketidakstabilan hunian. Berikut data yang dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini :

**Tabel 1. Jumlah Tamu Yang Menginap Di Pangeran City Hotel**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Tamu Yang Menginap</b>
Juli	1.321
Agustus	1.894
September	1.866
Oktober	1.835
November	2.328
Desember	2.127

*Sumber : Front Office Department (2023)*

Melalui tabel 1 diatas dapat dilihat pada bulan Juli, September, dan Oktober terjadinya penurunan jumlah tamu yang menginap, yang mana pada bulan Juli terdapat 1.321 pengunjung, pada bulan September terdapat 1.866 pengunjung, yang dimana terjadinya penurunan pada bulan



sebelumnya yang yaitu bulan Agustus sebesar 1.894, serta pada bulan Oktober 1.835 pengunjung yang juga mengalami penurunan pada bulan sebelumnya yaitu September. Hal ini terjadi pada *peak season* yang dimana pada bulan-bulan tersebut seharusnya mengalami peningkatan jumlah tamu yang menginap, dikarenakan pada saat tersebut merupakan bulan liburan sekolah. Pernyataan ini juga sejalan dengan penelitian Ananda (2018) yang mengatakan bahwa *occupancy* pada Pangeran City mengalami penurunan dengan persentasi terendah yaitu 51%. Hal ini peneliti bandingkan melalui hotel bintang 3 lainnya yang dimana pada bulan tersebut hotel dalam kondisi ramai pengunjung, baik itu tamu yang bertujuan untuk liburan maupun tamu yang menginap untuk tujuan lainnya. Hal ini terjadi pada salah satu hotel bintang 3 di Kota Padang yang dimana pada bulan Juni hingga Desember mereka mengalami peningkatan pengunjung hingga 80%.

Salah satu yang dapat menjadi faktor yang menyebabkan penurunan tamu bisa saja karena *review* yang terdapat pada beberapa agen perjalanan seperti agoda dan traveloka dan lainnya, dimana tamu membuat keluhan terhadap fasilitas serta pelayanan buruk yang mereka dapatkan. Berikut contoh *guest review* yang terdapat pada agen perjalanan sebagai berikut:

**Tabel 2. *Guest Review Terhadap Hotel***

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>
1.	Adapun <i>guest review</i> yang terjadi pada 2 bulan lalu yaitu, salah satu tamu mengatakan bahwa pelayanan yang ia dapat kurang bagus dan tidak ramah, serta tamu disuruh menunggu sebentar, namun yang terjadi sebaliknya, mereka malah menunggu cukup lama. Tidak hanya itu adapun fasilitas yang kurang baik yang mereka dapati yaitu AC yang rusak, serta pembuangan air yang tersumbat. Karena adanya hal tersebut, tamupun membandingkan hotel Pangeran City dengan hotel bintang lain dengan harga yang serupa namun fasilitas dan pelayanan yang didapat lebih baik.
2.	Keluhan lain yang terdapat pada agen perjalanan Agoda yaitu terdapat tamu yang tidak merekomendaasikan hotel Pangeran City untuk menginap dikarenakan tamu menemukan seekor tikus yang berkeliaran di kamar, tamu sudah memanggil roomboy namun roomboy datang sangat lama, tamu juga sudah menukar kamar namun juga sangat lama dengan alasan cetak kartu terlebih dahulu, pelayanan yang didapat oleh tamu juga tidak ramah, wifi yang lemot atau lambat. Karena terjadinya hal ini tamupun tidak merekomendasikan hotel karena hal yang tamu alami dan harga untuk satu kamar juga cukup mahal. Dengan itu tamu tidak merekomendasikan hotel dan juga menyesal untuk menginap dihotel Pangeran City.
3.	Terdapat keluhan lain yang penulis temukan yaitu terdapatnya tamu yang mengatakan bahwa HotelPangeran City tidak melakukan kontrak dengan agoda, hal ini terjadi karena tamu yang menginap mengatakan bahwa kupon yang ia dapatkan dari agen agoda tidak berlaku di Pangeran City.

Sumber: Website Agoda dan Traveloka

Berdasarkan *guest review* yang penulis temukan, hal ini dapat menjadi faktor dimana tamu yang mengeluh terhadap fasilitas dan pelayanan yang mereka dapat melalui website agen perjalanan dapat mengakibatkan turunnya reputasi hotel, hal ini juga menjadi acuan bagi tamu lain yang akan menginap. Dampak dari *guestreview* juga dapat berakibat turunnya jumlah hunian kamar. Menurut Akehurst (2009) menyatakan bahwa dalam dunia nyata/internet, seseorang yang membuat tulisan di internet tentang pencarian informasi liburan, maka akan

mengundang seseorang lainnya untuk membahas hal tersebut karena orang tersebut sudah merasakan sebelumnya dan dianggap *expertise*. Melalui keluhan yang tamu kemukakan, bisa saja menjadi boomerang bagi hotel yang dimana yang dulunya sudah membuat nama hotel menjadi baik, namun dengan *guest review* yang tidak ditangani dengan baik bisa saja menjadi hambatan bagi hotel untuk meningkatkan jumlah hunian kamar atau target yang harus dicapai.

Hal lain yang mungkin saja menjadi faktor terjadinya penurunan jumlah tamu yang menginap adalah kurangnya promosi. Tidak menutup kemungkinan tamu akan memilih tempat menginap sementara melalui promosi. Dalam kasus lain kurangnya promosi mungkin saja menjadi faktor terjadinya penurunan jumlah tamu yang menginap. Rendahnya tingkat promosi yang dilakukan juga menjadi faktor sulitnya peningkatan jumlah tamu yang akan menginap pada saat *hight season*. Menurut Kotler dan Armstrong (2019) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk atau membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang akan ditawarkan. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi serta

mengingatkan konsumen mengenai perusahaan dan produknya serta memberikan kepuasan konsumen.

Promosi adalah salah satu cara untuk tetap memperkenalkan produk yang dijual, baik itu promosi melalui media social, elektronik, media cetak maupun media luar ruangan (*outdoor*). Pangeran City Hotel sendiri juga melakukan promosi yang beragam seperti promosi pada media social yaitu *instagram*, *brosur*, *website*, bekerja sama dengan berbagai agen perjalanan seperti *traveloka*, *H-rez*, dan lainnya serta Pangeran City Hotel Padang baru-baru ini membuka akun media social mereka yang berupa *tiktok*. Hal ini dapat dilihat bahwasanya Pangeran City Hotel mulai memperluas target pasar mereka. Tidak hanya promosi melalui media social, Pangeran City juga melakukan promosi luar ruangan (*Outdoor*) seperti spanduk, namun hal ini hanya digunakan pada saat-saat tertentu saja seperti pada bulan puasa atau bulan Ramadhan yang dimana tujuan dari spanduk ini adalah untuk mempromosikan makanan yang mereka sediakan kepada masyarakat ramai. Namun tidak menutup kemungkinan mereka bahwa mereka akan melakukan promosi melalui media *outdoor* yang lebih besar lagi.

Berdasarkan latar belakang hingga berbagai permasalahan diatas tentang pengaruh promosi *above the line* terhadap keputusan menginap. Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian yang penulis angkat adalah **“Pengaruh Promosi *Above The Line* Terhadap Keputusan Menginap Di Pangeran City Hotel Padang”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa identifikasi masalah yang terjadi diantaranya:

1. Terjadinya penurunan jumlah tamu yang menginap pada saat *high season*
2. Masih ditemukannya *guest review* terhadap hotel yang kurang baik seperti karyawan yang tidak ramah
3. Masih ditemukannya tamu yang tidak merekomendasikan Pangeran City Hotel sebagai tempat menginap
4. Masih ditemukannya *guest review* negatif terhadap fasilitas hotel
5. Masih ditemukan masalah terhadap promosi hotel dimana tamu tidak dapat menukarkan diskon yang didapat kepada hotel
6. Promosi melalui periklanan seperti baliho, spanduk, dan billboard hanya dilakukan pada waktu tertentu saja

## **C. Batasan Masalah**

1. Promosi *Above the line*
2. Keputusan menginap
3. Pengaruh promosi *above the line* terhadap keputusan menginap di Hotel pangeran city padang

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi *above the line* di Hotel Pangeran City Padang?

2. Bagaimana keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang?
3. Bagaimana pengaruh promosi *above the line* terhadap keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang?

#### **E. Tujuan Penelitian**

##### 1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi *above the line* terhadap keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang.

##### 2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan promosi *above the line* terhadap keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang
- b. Mengetahui pengaruh promosi *above the line* terhadap keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Hotel

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi terkait promosi *above the line* terhadap keputusan menginap, dan semoga menjadi bahan masukan bagi hotel agar mengalami kemajuan pada mendatang.

##### 2. Bagi Departement Pariwisata

Dapat dijadikan referensi dan bahan pembelajaran serta memperkaya penelitian pada Fakultas Pariwisata dan Perhotelan,

Department Pariwisata, khususnya program studi D4 Manajemen Perhotelan.

### **3. Bagi Universitas**

Untuk menambah informasi dan referensi bahan pustaka pada umumnya bagi mahasiswa UNP dan pada khususnya pada mahasiswa Fakultas Pariwisata dan Perhotelan mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan tamu untuk berkunjung ke hotel.\

### **4. Bagi Peneliti**

- a. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam mengamati permasalahan serta membantu menyumbangkan pikiran bagi department pariwisata dan perhotelan terkait pengaruh promosi above the line terhadap keputusan menginap di pangeran City Hotel Padang.
- b. Dapat menerapkan ilmu yang didapat secara nyata dalam menghadapi kondisi lapangan
- c. Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan.

### **5. Bagi Peneliti Lainnya**

Menambah serta memperbanyak bahan bacaan yang berkaitan dengan Pengaruh Promosi Above The Line Terhadap Keputusan Menginap.