

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI HOTEL PANGERAN CITY PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Sains Terapan*



OLEH :

**CINDY CYNTHIA
2013/ 1302621**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

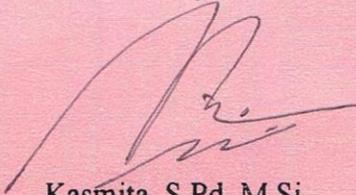
PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP
DI HOTEL PANGERAN CITY PADANG

Nama : Cindy Cynthia
NIM/BP : 1302621/2013
Program Studi : Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Januari 2018

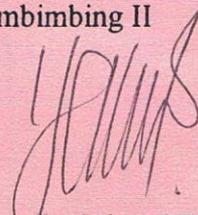
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



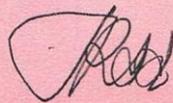
Kasmita, S.Pd, M.Si
NIP. 19700924 200312 2001

Pembimbing II



Youmil Abrian, SE, MM
NIP. 19821002 200812 1002

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

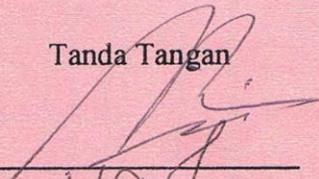
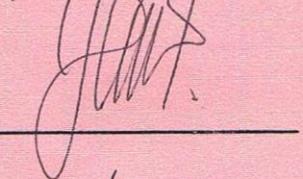
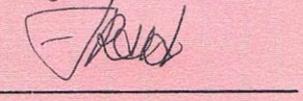
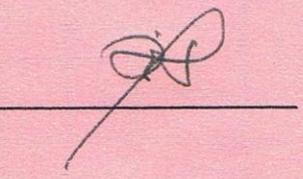
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap
di Hotel Pangeran City Padang
Nama : Cindy Cynthia
NIM/BP : 1302621/2013
Program Studi : Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Januari 2018

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Kasmita, S.Pd, M.Si	1. 
Sekretaris	: Youmil Abrian, SE, MM	2. 
Anggota	: Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd	3. 
	Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, MM	4. 



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171

Telp. (0751) 7051186

E-mail : tourismdepartmentunp@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Cindy Cynthia
NIM/BP : 1302621/2013
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul ,

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

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

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
F5381AEF876091088
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Cindy Cynthia
NIM.1302621

ABSTRAK

Cindy Cynthia, 2018 :Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang berdasarkan target kamar terjual yang telah ditentukan hotel adalah sebesar 2.500 kamar per bulan, namun pada kenyataannya hanya sebesar 1792 kamar per bulan, hal ini belum sesuai dengan target kamar terjual pada tingkat hunian kamar di Hotel Pangeran City Padang. Penelitian ini terdiri dari 4 indikator bauran promosi : iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, dan terdiri dari 5 indikator keputusan menginap : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku sesudah membeli. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Pangeran City Padang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu individu di Hotel Pangeran City Padang. Teknik pengambilan sampel adalah *sampling purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan Program Komputer SPSS versi 16.00.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Bauran Promosi yang digunakan di Hotel Pangeran City meliputi, iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung, dari hasil penelitian Bauran Promosi berada pada kategori baik (72%), (2) Keputusan Menginap berada pada kategori cukup (58%), (3) hasil uji hipotesis regresi linear sederhana diperoleh F_{hitung} 34,539 dengan sig. 0,00. Artinya dengan signifikan $0,00 < 0,05$ maka variabel Bauran Promosi (X) dapat menjelaskan variabel Keputusan Menginap (Y) secara signifikan. Jadi variabel Bauran Promosi mempengaruhi variabel Keputusan Menginap. Selanjutnya dengan R square sebesar 0,277 artinya pengaruh variabel Bauran Promosi (X) terhadap variabel Keputusan Menginap (Y) adalah sebesar 27,7%, sedangkan 72,3% dipengaruhi oleh faktor lain di antaranya produk, harga, dan lokasi.

Kata kunci: Bauran Promosi dan Keputusan Menginap

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang”**. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Kasmita, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Youmil Abrian. SE, M.M selaku dosen Penasehat Akademik dan sekaligus Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, Bapak Waryono, S.Pd, MM.Par, dan Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.IP. MM selaku tim penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Seluruh staf dan manajemen Hotel Pangeran City Padang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua, serta Adik tercinta terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan.
9. Kepada seluruh rekan-rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2013 yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
10. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, 29 Januari 2018

Cindy Cynthia
Nim. 1302621/2013

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Peneltian.....	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	10
1. Bauran Promosi	10
2. Keputusan Menginap.....	23
3. Hubungan Bauran Promosi dengan Keputusan Menginap / Pembelian.....	30
B. Kerangka Konseptual	31
C. Hipotesis.....	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	33
B. Tempatdan Waktu Penelitian	33
C. Variabel Penelitian Populasi dan Sampel Peneltian.....	33
D. Definisi Operasional Variabel.....	34
E. Populasi dan Sampel Peneltian	35
F. Jenis Data danTeknik Pengumpulan Data.....	36
1. Jenis Data.....	36
2. Teknik pengumpulan Data	37
G. Instrumen Penelitian.....	37

H. Uji Coba Instrumen	40
I. Teknik Analisis Data	44
J. Uji Persyaratan Analisis	46
K. Pengujian Hipotesis	47

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	49
1. Deskripsi Hotel	49
2. Deskripsi Karakteristik Responden	49
3. Deskriptif Data	51
B. Uji Persyaratan Analisis	66
C. Uji Hipotesis	67
D. Pembahasan	71

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Hasil Penelitian	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jenis dan Jumlah Kamar Hotel Pangeran City Padang	2
2. Daftar Harga Kamar	3
3. Tingkat Hunian Kamar.....	5
4. Pilihan Jawaban Skala Likert	38
5. Kisi – Kisi Operasional Variabel	39
6. Hasil Analisis Validitas.....	42
7. Hasil Analisis Reliabelitas	43
8. Interpretasi Koefisien Kolerasi	44
9. Batas Interval	45
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	50
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	51
13. Analisa Deskriptif Variabel Penelitian Bauran Promosi dan Keputusan Menginap.....	52
14. Deskripsi Variabel Bauran Promosi.....	53
a. Iklan.....	56
b. Promosi Penjualan.....	57
c. Hubungan Masyarakat.....	57
d. Pemasaran Langsung.....	58
15. Deskripsi Variabel Keputusan Menginap	59
a. Pengenalan Kebutuhan.....	62
b. Pencarian Informasi.....	63
c. Evaluasi Alternatif.....	63
d. Keputusan Membeli.....	64
e. Prilaku Sesudah Membeli.....	65
16. Uji Normalitas.....	66
17. Uji Homogenitas.....	67
18. Uji Linearitas.....	68
19. Koefisien Regresi Variabel Bauran Promosi terhadap Keputusan Menginap.....	69

20. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	70
21. Hasil R Square Variabel Bauran Promosi terhadap Keputusan Mengingat.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual	32
2. Garis Kontinum Bauran Promosi	55
3. Garis Kontinum Keputusan Menginap	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Uji Coba Penelitian.....	83
2. Data Uji Coba Penelitian.....	88
3. Rangkuman Analisis Validitas.....	90
4. Rangkuman Analisis Reliabilitas	99
5. Kuesioner Penelitian	100
6. Data Penelitian	105
7. Hasil Pengolahan Data	112
8. Surat Izin Penelitiandari Fakultas	119
9. SuratIzin Penelitian dari Hotel Pangeran City Padang	120
10. Kartu Konsultasi	121
11. Dokumentasi Penelitian.....	125

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Salah satunya yaitu industri pariwisata. Pariwisata dikatakan sebagai industri karena didalamnya terdapat berbagai aktifitas yang bisa menghasilkan produk barang dan jasa. Hal ini sejalan dengan pendapat Yoeti (1996) “Industri pariwisata adalah kumpulan dari berbagai macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang dan jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan *traveler* pada umumnya dalam perjalanannya”.

Industri perhotelan juga sangat erat kaitannya dengan industri pariwisata, dengan bukti industri perhotelan pada saat sekarang sangat berkembang pesat. Industri ini berkembang di setiap wilayah yang ada di Indonesia termasuk Sumatera Barat. Industri perhotelan merupakan industri yang menawarkan perpaduan produk dan jasa. Banyak para pengusaha berlomba- lomba mendirikan hotel di daerah yang memiliki prospek yang baik dalam mendirikan hotel untuk kedepannya. Jenis hotel yang didirikan pun berbeda-beda sesuai dengan pangsa pasar dan kemampuan modal dari pengusaha itu sendiri.

Kota Padang merupakan salah satu tempat berkembangnya industri perhotelan, terlihat dari banyaknya hotel-hotel yang baru bermunculan. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No 2 tahun 2014 pasal 1 definisi Hotel adalah “Penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat

dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”.

Hotel Pangeran City adalah salah satu hotel berbintang tiga (***) yang berada di jalan Dobi No. 3 Padang yang memiliki 97 kamar beserta fasilitasnya. Hotel Pangeran City Padang memiliki karyawan yang di bagi dalam beberapa departemen untuk kelancaran operasional hotel. Di dalam pelaksanaan operasional hotel, terdapat beberapa departemen yang ada di hotel yang mendukung berjalannya operasional hotel dengan baik, antara lain :*Front Office Department, Food and Beverage Department, Marketing Department, Engineering Department*, dan yang terakhir adalah *Housekeeping Department*. Berikut ini dapat dilihat pada table 1. Jenis dan jumlah kamar hotel Pangeran City Padang.

Tabel 1. Jenis dan jumlah kamar Pangeran City Hotel

Type Kamar	Jumlah
<i>Superior</i>	46
<i>Deluxe</i>	44
<i>Grand Deluxe</i>	6
<i>Junior Suite</i>	1
Total	97

Sumber : Front Office Pangeran City Hotel Padang(2017)

Operasional hotel tidak terlepas dari peran penting sumber daya manusia yang ada di dalamnya diantaranya adalah *Sales and Marketing Department*, departemen yang bertugas menjual semua fasilitas hotel, mulai dari kamar, ruang meeting, dan fasilitas lainnya yang ada di hotel. Sumber daya manusia pada sebuah hotel harus mempunyai tujuan yang sama yaitu berkeinginan hotel mengalami peningkatan pendapatan dari tahun ke tahun. Untuk itu karyawan *sales and marketing* harus melakukan promosi penjualan hotel ke konsumen luar, agar banyak yang mengunjungi dan menginap di hotel

Pangeran City Padang. Promosi yang sering di lakukan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang hotel tersebut, tujuannya untuk menarik para konsumen untuk menggunakan jasa hotel.

Persaingan dengan hotel – hotel bintang yang lebih besar lainnya yang memiliki produk dan jasa yang relatif sama, namun hotel – hotel tersebut melakukan kegiatan promosi yang lebih menarik dibandingkan dengan kegiatan promosi yang di lakukan oleh pihak Pangeran City Hotel Padang. Dalam melakukan promosi hotel terjadi persaingan yang ketat. Munculnya beberapa jenis hotel, maka setiap hotel berupaya dan bersaing dalam mempromosikan kamar dan ruang *meeting* dengan jenis dan tipe – tipe yang berbeda. Hal ini tentunya menyebabkan konsumen semakin bebas memilih jenis kamar yang sesuai dengan selera konsumen. Berikut ini dapat dilihat pada table 2. Tipe dan harga kamar hotel Pangeran City Padang.

Table 2. Daftar Harga Kamar Hotel Pangeran City Padang

No	Tipe Kamar	Harga Publish	Harga Coorporate
1	Superior	Rp. 695.000	Rp. 450.000
2	Deluxe	Rp. 825.000	Rp. 525.000
3	Grand Deluxe	Rp. 895.000	Rp. 700.000
4	Junior Suite	Rp. 1.265.000	Rp. 1.000.000

Sumber : *Front Office Pangeran City Hotel Padang (2017)*

Dari Tabel di atas dapat terlihat harga yang ditawarkan oleh pihak Pangeran City Hotel masih pada taraf standar pada hotel bintang 3 yang sejenis. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa Hotel Pangeran City Padang telah melakukan kegiatan promosi, yaitu promosi penjualan berupa pemberian diskon atau potongan harga bagi tamu *corporate*. Promosi lain yang dilakukan Hotel Pangeran City Padang dengan memuat informasi mengenai Hotel Pangeran City Padang di situs internet, menyiarkan informasi di radio,

mendatangi instansi dan biro – biro perjalanan untuk membuat kerja sama, mengirim faksimili ke perusahaan – perusahaan di luar Sumbar.

Guna lebih meningkatkan penjualan kamar, maka pihak hotel perlu memperhatikan bauran promosi dimana bauran promosi terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Produk hotel yang akan mereka jual akan maju bila promosi nya baik. Promosi akan berjalan baik dengan memperhatikan aspek – aspek promosi. Secara umum promosi dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat mempromosikan barang dan jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Gitosudarmo dan Indriyanto (2008:285) “Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen, agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang dan ingin membeli produk tersebut.”Selanjutnya Alma Buchori (2014:170) memberikan pengertian promosi sebagai berikut :“Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”.

Sebelum kegiatan promosi dilakukan, hotel perlu mempelajari dan memahami perilaku konsumen terlebih dahulu agar mereka dapat lebih tepat menetapkan kegiatan pembelian. Salah satu tujuan kegiatan promosi perusahaan adalah mempengaruhi konsumen atau calon konsumen agar mereka mau membeli barang atau jasa hotel pada saat mereka membutuhkannya. Konsep bauran promosi biasanya dijadikan keunggulan bersaing dengan

produk sejenis perusahaan lain, yang merupakan keunggulan dalam promosi iklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Hal inilah yang perlu diperhatikan perusahaan agar dapat memasarkan produknya dan menciptakan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Setiadi (2010:332), “Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya”. Hal – hal yang menjadi keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku sesudah membeli.

Meskipun hotel merupakan suatu usaha yang sangat menjanjikan, karena pendapatan hotel ini sangat besar, namun ada waktu dimana hotel ini memiliki penurunan tingkat kunjungan oleh tamu. Oleh sebab itu pihak manajemen hotel dituntut untuk bisa memberikan ide – ide agar para tamu lebih memilih kamar hotel Pangeran City Padang. Hal ini harus dilakukan agar tidak terjadi penurunan tingkat pendapatan hotel yang sangat drastis jika dalam kondisi *low season* atau musim sepi. Berikut dapat dilihat pada table 3. Tingkat Hunian Kamar di Hotel Pangeran City Padang.

**Tabel 3. Tingkat hunian Kamar di Hotel Pangeran City Padang
Juni – Oktober 2017**

No	Bulan	Kamar yg terjual	Target kamar terjual	Room occupancy	Jumlah tamu individu yg menginap
1	Juni	1.403	2.500	48,2%	693
2	Juli	2.046	2.500	70,3%	1.629
3	Agustus	1.980	2.500	68%	1.056
4	September	1.799	2.500	61,8%	1.106
5	Oktober	1.730	2.500	50,3%	1.081
Jumlah rata – rata		1.792	2.500	59,7%	1.113

Sumber : department Front Office Pangeran City Hotel Padang, Oktober (2017)

Berdasarkan data tabel 3 tingkat hunian dari bulan juni 2017 sampai dengan bulan oktober 2017, *occupancy* dari Hotel Pangeran City Padang mencapai angka 50% setiap bulannya. Meskipun *occupancy* Hotel Pangeran City Padang mencapai angka 50%, tetapi hal tersebut belum sesuai dengan apa yang ditargetkan oleh pihak hotel. Di dalam data tabel di atas kamar yang ditargetkan akan terjual pada saat *low season* adalah sebanyak 2.500 kamar / bulan atau lebih kurang 85% dari ketersediaan kamar / bulan, akan tetapi pada kenyataannya hanya tercapai (*Room Occupaid*) yaitu sebesar 1.792 kamar / bulan.

Menghadapai permasalahan tersebut maka Hotel Pangeran City Padang harus memiliki cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Biasanya dalam melakukan promosi suatu perusahaan diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen, seperti peningkatan kunjungan pada hotel tertentu atau pembelian produk tertentu. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan dan menyajikan bauran pemasaran yang diarahkan pada pasar sasaran yang dipilih (Setiadi,2010).

Bauran promosi yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan jasa dalam perhotelan umumnya relatif sama sehingga perusahaan membuat suatu ciri khas agar terlihat berbeda dengan pesaingnya. Ciri khas tersebut disampaikan dalam bentuk – bentuk promosi, hal ini merupakan hal yang paling menarik untuk diteliti karena secara langsung dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli jasa yang ditawarkan. Promosi yang digunakan untuk mengkomunikasikan keberadaan produk agar dapat mencapai konsumen akhir melalui sasaran distribusi yang tersedia. Berbagai bentuk promosi

dipadukan ke dalam bauran promosi. Hal ini merupakan tugas seorang manajer untuk menentukan bauran promosi mana yang paling efektif dan efisien guna mencapai sasaran promosi yang optimal.

Hotel Pangeran City Padang dalam usahanya meningkatkan *occupancy* melakukan bauran promosi sebagai salah satu cara untuk menarik minat pengunjung untuk menginap, yang meliputi promosi melalui iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung sebagai salah satu untuk memberikan informasi kepada pengunjung jasa yang ditawarkan serta keunggulan yang dimiliki dari jasa yang ditawarkan oleh Hotel Pangeran City Padang. Untuk mengetahui bagaimana bauran promosi di Hotel Pangeran City Padang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian dengan judul, **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang”**.

B. Idenifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tidak semua bauran promosi yang dilakukan oleh Hotel Pangeran City Padang mampu menarik tamu untuk memberikan keputusan menginap di Hotel Pangeran City Padang.
2. Tingkat penjualan kamar Hotel Pangeran City Padang tidak sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh bagian marketing Hotel Pangeran City Padang meskipun sudah menggunakan bauran promosi.

3. Terjadinya penurunan tingkat hunian kamar pada saat – saat tertentu seperti pada akhir tahun di Hotel Pangeran City Padang meskipun telah mengaplikasikan bauran promosi.

C. Batasan masalah

Mengingat keterbatasan peneliti, agar pelaksanaan penelitian ini lebih fokus maka penulis membatasi permasalahan yang berfokus pada Pengaruh Bauran Promosi terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Pangeran City Padang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat di identifikasikan rumusan masalah yang akan diteliti :

1. Bagaimana bauran promosi di hotel Pangeran Beach Padang.
2. Bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap keputusan tamu menginap di hotel Pangeran Beach Padang.

E. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pelaksanaan bauran promosi di Hotel Pangeran City Padang.
2. Mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang.
3. Mengetahui indikator bauran promosi mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan tamu menginap Hotel Pangeran City Padang.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Bagi Hotel

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen hotel dalam upaya mengatasi penurunan tingkat hunian kamar, dan untuk mengetahui strategi promosi yang paling berpengaruh untuk menarik keputustamu menginap di Hotel Pangeran City Padang.

b. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah ilmu dibidang bauran promosi (*marketing mix*) bagi mahasiswa dan juga sebagai bahan referensi dalam perkuliahan.

c. Bagi Penulis

Bagi penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.St) di program studi D4 Manajemen Perhotelan.

d. Bagi peneliti berikutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran.