

**PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
MEETING DI HOTEL PARAI CITY GARDEN
KOTA SAWAHLUNTO**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**ELLA DESYUMI KARMI HARDA
NIM. 14135062/2014**

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKET *MEETING* DI HOTEL PARAI CITY GARDEN KOTA
SAWAHLUNTO**

Nama : Ella Desyumi Karmi H
NIM/BP : 14135062 / 2014
Program Studi : Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 9 Agustus 2018

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP: 19620530 198803 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP: 19620530 198803 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan

Judul : Pengaruh *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian
Paket *Meeting* Di Hotel Parai City Garden Kota
Sawahlunto

Nama : Ella Desyumi Karmi H

NIM/BP : 14135062 / 2014

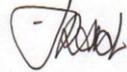
Program Studi : Manajemen Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang , Agustus 2018

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd	1.  (.....)
2. Anggota	: Heru Pramudia, SST. Par, M.Sc	2.  (.....)
3. Anggota	: Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par	3.  (.....)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751) 7051186 FT: (0751) 7055644, 445118 Fax 7055644
E-mail : info@ft.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ella Desyumi Karmi H
NIM/TM : 14135062/2014
Program Studi : Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul:

"Pengaruh *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Paket *Meeting* Di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto" Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat negara.

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

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

Dra. Ira Meirina Chair, M. Pd
NIP. 19620530 198803 2 001

Saya yang menyatakan,



Ella Desyumi Karmi H
NIM. 14135062/2014

ABSTRAK

Ella Desyumi Karmi Harda. NIM: 14135062. Pengaruh *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Paket *Meeting* di Parai City Garden Kota Sawahlunto. Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Pembimbing : Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd

Perkembangan zaman industri perhotelan saat ini tumbuh dengan pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Agar mampu bertahan ditengah-tengah persaingan tersebut, maka pihak manajemen dituntut untuk mempunyai strategi pemasaran yang tepat sehingga mampu menarik keputusan pembelian konsumen. Salah satunya dengan melakukan *advertising* untuk memperkenalkan produk dan jasanya kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *advertising* (X) terhadap keputusan pembelian paket *meeting* (Y) di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto. Populasi penelitian ini adalah *government* dan *corporate* yang melaksanakan *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto yang berjumlah 30 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, yang mana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel, data dalam penelitian ini menggunakan data primer untuk kedua variabel yang diperoleh langsung dari *government* dan *corporate* melalui kuesioner (angket) yang disusun berdasarkan skala *likert* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi dengan bantuan program komputer *SPSS versi 16.00*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapat hasil sebagai berikut: (1) *Advertising* berada pada kategori baik dengan persentase 50%. (2) Keputusan pembelian berada pada kategori baik dengan persentase 80%. (3) Hasil uji hipotesis linear sederhana diperoleh nilai F 40,610 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel *advertising* menjelaskan variabel keputusan pembelian secara signifikan dengan nilai R Square 0,592. Ini artinya *advertising* mempengaruhi keputusan pembelian paket *meeting* sebesar 59% dan 41% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya nilai t sebesar 6,373 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel. Untuk regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,484 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya setiap peningkatan 1 satuan *advertising* akan meningkatkan 0,484 satuan keputusan pembelian paket *meeting*. Maka hipotesis yang diajukan adalah H_a diterima dan H_o ditolak, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *advertising* (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata kunci: *Advertising*, Keputusan Pembelian, Paket *Meeting*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Paket Meeting di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto**”.

Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

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 dan sekaligus Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Kasmita, S.Pd, M.Si, selaku Penasehat Akademik penulis yang telah meluangkan waktu untuk pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Heru Pramudia, SST. Par, M.Sc, selaku tim penguji I (satu) ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.

5. Bapak Pasaribu, SST. Par, M.Si.Par, selaku tim penguji II (dua) 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. Manajemen dan Karyawan Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
8. Papa, Mama, dan Adik tercinta, terima kasih atas doa, dukungan Moril dan Materi yang telah diberikan selama ini.
9. Semua Teman Penulis yang telah memberikan doa dan dukungan ketika penulis membuat skripsi ini.
10. Seluruh Rekan-rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2014 dan Junior seperjuangan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
11. 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.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2018

Penulis,

Ella Desyumi Karmi Harda

Nim. 14135052/2014

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. <i>Advertising</i>	19
3. Hubungan <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian	27
B. Kerangka Konseptual	28
C. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Variabel Penelitian	30
D. Definisi Operasional	31
E. Populasi dan Sampel Penelitian	32
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Instrumen Penelitian.....	34
H. Uji Coba Instrumen	36
I. Teknik Analisis Data.....	39
J. Uji Persyaratan Analisis	41
K. Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan Hasil Penelitian.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1. <i>Meeting Room</i> Parai City Garden	6
2. Tabel 2. Tarif Paket <i>Meeting</i> Parai City Garden.....	6
3. Tabel 3. Daftar Jumlah Penyewaan Ruang <i>Meeting</i> Parai City Garden	7
4. Tabel 4. Rekanan <i>Government</i> Parai City Garden.....	32
5. Tabel 5. Rekanan <i>Corporate</i> Parai City Garden	33
6. Tabel 6. Pilihan Jawaban Skala Likert	35
7. Tabel 7. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	35
8. Tabel 8. Hasil Uji Validitas	37
9. Tabel 9. Interpretasi Nilai r	38
10. Tabel 10. Reliabilitas <i>Advertising</i>	38
11. Tabel 11. Reliabilitas Keputusan Pembelian	39
12. Tabel 12. Reliabilitas <i>Advertising</i> dan Keputusan Pembelian	39
13. Tabel 13. Skor Kategori Variabel	40
14. Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	45
15. Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
16. Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	45
17. Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
18. Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	46
19. Tabel 19. Hasil Perhitungan Statistik Variabel X dan Y	47
20. Tabel 20. Hasil Perhitungan Statistik Variabel X	48
21. Tabel 21. Klasifikasi Skor Variabel X	49
22. Tabel 22. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Media Cetak	50
23. Tabel 23. Klasifikasi Skor Indikator Media Cetak.....	51
24. Tabel 24. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Media Elektronik	51
25. Tabel 25. Klasifikasi Skor Indikator Media Elektronik	52
26. Tabel 26. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Media Luar Ruang	53
27. Tabel 27. Klasifikasi Skor Indikator Media Luar Ruang	54
28. Tabel 28. Hasil Perhitungan Statistik Variabel Y	55
29. Tabel 29. Klasifikasi Skor Variabel Y	56

30. Tabel 30. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Pengenalan Masalah	56
31. Tabel 31. Klasifikasi Skor Indikator Pengenalan Masalah	57
32. Tabel 32. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Pencarian Informasi	58
33. Tabel 33. Klasifikasi Skor Indikator Indikator Pencarian Informasi	59
34. Tabel 34. Hasil Perhitungan Statistik Indikator Penilaian Alternatif	59
35. Tabel 35. Klasifikasi Skor Indikator Penilaian Alternatif	60
36. Tabel 36. Hasil Perhitungan Statistik Keputusan Pembelian	61
37. Tabel 37. Klasifikasi Skor Indikator Keputusan Pembelian	62
38. Tabel 38. Hasil Perhitungan Statistik Prilaku Setelah Membeli	62
39. Tabel 39. Klasifikasi skor Indikator Prilaku Setelah Membeli	63
40. Tabel 40. Hasil Uji Normalitas	64
41. Tabel 41. Hasil Uji Homogenitas	65
42. Tabel 42. Hasil Uji Lineritas	66
43. Tabel 43. Hasil R Square	67
44. Tabel 44. Regresi Linera Sederhana	67
45. Tabel 45. Hasil Uji Koefesien Regresi	68

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Bagan Kerangka Konseptual Penelitian.....	29
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	79
Lampiran 2. Surat Balasan Penelitian	80
Lampiran 3. Kuisisioner Uji Coba Penelitian	88
Lampiran 4. Tabulasi Data Uji Coba Penelitian	92
Lampiran 5. Hasil Uji Coba Penelitian	93
Lampiran 6. Kuisisioner Penelitian	98
Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian	102
Lampiran 8. Hasil Olah Data Penelitian	103
Lampiran 9. Dokumentasi.....	136
Lampiran 10. Kartu Konsultasi.....	137

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan lahan yang bisa menunjang kemajuan suatu daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi daerah yang memberikan keleluasaan bagi setiap daerah untuk mengoptimalkan potensi pariwisata yang terdapat di daerah tersebut. Majunya suatu daerah dapat ditunjang oleh banyaknya kegiatan pariwisata seperti wisata budaya, wisata sejarah, wisata alam dan buatan, wisata kuliner, wisata belanja serta wisata keagamaan. Wahid (2015) mengatakan bahwa “Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Dorongan untuk bepergian karena berbagai kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lainnya”. Usaha untuk mengembangkan suatu tempat wisata harus memperhatikan berbagai tujuan terhadap keberadaan suatu daerah wisata. Salah satu daerah tujuan wisata yang menarik dan banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu Kota Sawahlunto.

Kota Sawahlunto merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat, dan merupakan salah satu dari sekian banyak daerah yang menjadi tujuan wisatawan. Kota Sawahlunto tidak hanya terkenal sebagai Kota Tambang yang Berbudaya, tetapi juga terkenal dengan tempat wisatanya

seperti Puncak Microwave, Waterboom, Kelok 16, Puncak Polan, Taman Koncek, Menara Mesjid Agung, Lapangan Segitiga, Musuem Gudang Ransoem, Lubang Mbah Suro, Museum Kereta Api, Taman Silo, Puncak Cemara, Batu Runcing, Taman Satwa Kandih, Taman Buah, Danau Biru, Puncak Paralayang, Bukit Teletabis, dan Taman Makam Pahlawan Muhammadiyah Yamin dan ada beberapa objek wisata lainnya. Banyaknya tempat wisata tersebut membuat wisatawan luar banyak yang datang berkunjung ke Kota Sawahlunto.

Kemajuan Pariwisata di Kota Sawahlunto baru-baru ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini tidak terlepas dari program Pemerintah Kota Sawahlunto yang sangat menonjolkan dibidang pariwisata. Program yang telah terlaksana tersebut berjalan maksimal setiap tahun dan bahkan menarik perhatian wisatawan mancanegara. Kegiatan seperti HUT Kota Sawahlunto, Sawahlunto Internasional Musik Festival (SimFes) dan pameran wayang setiap tahunnya selalu mengundang wisatawan dari berbagai negara karena memiliki daya tarik bagi wisatawan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Sawahlunto dapat terus berkembang menjadi Kota Pariwisata jika dilakukan pembenahan dan pengembangan yang tepat oleh Pemerintah Kota Sawahlunto.

Semakin banyaknya wisatawan yang datang berkunjung, maka dibutuhkan tempat penginapan seperti hotel. Menurut SK. Menparpostel No. KM 37/PW 340/ MPPT-86, "Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa,

penginapan, makanan, minuman, serta lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial”. Kelangsungan hidup suatu hotel tergantung oleh adanya pengunjung atau tamu karena bagi sebuah hotel tamu merupakan salah satu bentuk penunjang untuk meningkatkan pendapatan hotel. Jika sebuah hotel tidak mempunyai tamu maka operasional hotel itu tidak bisa berjalan dan tidak ada keuntungan bagi hotel tersebut. Sejalan dengan pendapat Sujatno (2010: 5), “Semua kegiatan yang dilakukan di dalam industri perhotelan mempunyai satu tujuan, yaitu mencari tamu sebanyak-banyaknya”.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan oleh tamu untuk mengambil keputusan pembelian di sebuah hotel yaitu harga, produk, citra merek, dan promosi (Kotler, 2010). Keputusan pembelian konsumen juga mempengaruhi minat para pelanggan untuk mencoba menginap, merasakan fasilitasnya, dan kemudahan yang ditawarkan oleh pihak hotel demi kenyamanan para pelanggannya (Sujatno, 2010). 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 menentukan keputusan pembelian terlihat dari indikator-indikator keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku sesudah membeli. Pada sebuah hotel, untuk menarik tamu yang akan menyewa dibutuhkan sejumlah informasi atau berita melalui sebuah promosi melalui periklanan (*Advertising*).

Advertising merupakan salah satu cara promosi yang banyak digunakan oleh suatu instansi atau suatu industri untuk dapat menarik minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Menurut Shimp (2014: 192) promosi adalah “Bentuk komunikasi berbayar dan termediasi dari sumber yang jelas, didesain untuk mempengaruhi penerimaan supaya melakukan sesuatu sekarang atau dimasa yang akan datang. Dan pastinya para pemasar menginginkan pemberitaan yang positif. Hal-hal yang menjadi penentu *Advertising* terlihat dari indikator-indikator *Advertising* yaitu media cetak, media elektronik dan media luar ruang. Sedangkan menurut Suhandang (2010: 13) “*Advertising* adalah sebagai suatu proses komunikasi massa yang melibatkan sponsor tertentu, yakni pihak yang memasang iklan (pengiklan), yang membayar jasa sebuah media massa atas penyiaran iklannya melalui program siaran televisi”.

Secara umum, perusahaan atau instansi menganggap bahwa *Advertising* merupakan bagian penting dari proses pemasaran. Hal ini dikarenakan suatu perusahaan atau instansi berharap dengan adanya *Advertising* yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan jasa yang sejenis. *Advertising* juga merupakan salah satu faktor pendorong bagi tamu untuk menginap dan merasakan fasilitas di hotel, karena jika tanpa adanya *Advertising* orang tidak akan mengenal hotel tersebut dan otomatis orang akan sedikit.

Hotel Parai City Garden adalah hotel berbintang tiga (***) yang terletak di Jalan Bagindo Azis Chan, Kota Sawahlunto. Hotel Parai City Garden terletak diperbukitan dengan bangunan lama. Untuk menuju hotel ini, kita dapat berkendara selama 40 menit dari Kota Batusangkar, berkendara selama 1 jam dari Kota Solok dan berkendara selama 3 jam dari Bandara Internasional Minangkabau. Hotel Parai City Garden memiliki 40 kamar yang mempunyai 4 tipe yaitu *junior room*, standar AC, Deluxe, *suite room*. Hotel Parai City Garden juga menyediakan fasilitas atau pelayanan berupa *Room Service, Free Parking Area, Safety Box, Faximile Service, Laundry Service, Meeting & Function room, Restaurant, Minibar, LCD Cable TV, Hot/Cold Water*. *Segment* Pasar Hotel Parai City Garden yaitu para wisatawan yang liburan ke kota Sawahlunto.

Hotel Parai City Garden juga sangat cocok untuk dipilih sebagai tempat rapat bagi para pelaku bisnis, karena hotel ini berada dekat dengan pusat kota dan berada pada kawasan yang tidak terlalu bising sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pada saat melaksanakan rapat. Keberadaan Hotel Parai City Garden sangat strategis dan akses transportasi juga sangat mudah karena keberadaan hotel ini berada dipusat kota serta dekat dengan perkantoran. Selain tempatnya yang strategis, daya tarik lainnya adalah fasilitas-fasilitas ruang *meeting* yang tersedia di Hotel Parai City Garden yang cukup mendukung untuk melaksanakan pertemuan. Berdasarkan kondisi tersebut, Hotel Parai City Garden layak menjadi tempat melaksanakan rapat dan pertemuan bagi instansi yang ada di Kota Sawahlunto.

Menurut Kesrul (2004: 8) “*Meeting* adalah suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan”. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Parai City Garden menyediakan 1 *ballroom* dan 2 *meeting room*. Berikut adalah *meeting room* yang ada di Parai City Garden Hotel.

Tabel 1. *Meeting Room* di Hotel Parai City Garden

No.	Meeting Room	Capacity	Area (m ²)
1.	Gedung Pusat Kebudayaan	300	389,24
2.	Sillo <i>meetingroom</i>	75	98
3.	Parai <i>meeting room</i>	30	39

Sumber: Parai City Garden Hotel 2018

Tabel 2. Tarif paket *meeting* di Hotel Parai City Garden

No.	Meeting package	Tarif
1.	<i>Half day</i> (ruang <i>meeting</i> , 1x <i>Coffe Break</i> + 1x <i>Lunch</i> / 1x <i>Dinner</i>)	Rp. 150.000/orang
2.	<i>Full day</i> (ruang <i>meeting</i> , 2x <i>Coffe Break</i> + 1x <i>Lunch</i> / 1x <i>Dinner</i>)	Rp. 180.000/orang
3.	<i>Fullbord</i> (ruang <i>meeting</i> , 2x <i>Coffe Break</i> + 1x <i>Lunch</i> + 1x <i>Dinner</i>)	Rp. 270.000/orang
4.	<i>Triple Sharing</i> (kamar (<i>triple</i>), ruang <i>meeting</i> + 1x <i>Break Fast</i> + 2x <i>Coffe Break</i> + 1x <i>Lunch</i> + 1x <i>Dinner</i>)	Rp.400.000/orang
5.	<i>Twin Sharing</i> (kamar (<i>twin</i>), ruang <i>meeting</i> , + 1x <i>Break Fast</i> +2x <i>Coffe Break</i> + 1x <i>Lunch</i> +1x <i>Dinner</i>)	Rp. 450.000/orang

Sumber: Parai City Garden Hotel 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat rincian tarif paket *meeting* di Hotel Parai City Garden. Tarif di atas sudah termasuk pajak pelayanan, pemakaian sarana *meeting* seperti *whiteboard*, *sound system*, *LCD* proyektor, *note book*, *mineral water* dan *wireless*. Pada periode Juli-Desember 2017 penulis memperoleh data dari pihak hotel bahwa jumlah konsumen dan instansi-instansi yang menggunakan Hotel Parai City Garden sebagai tempat

pertemuan dan pelatihan masih belum mencapai target yang diinginkan, yang mana setiap bulan mengalami penurunan. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.3 Data Jumlah penyewaan Ruang *Meeting* Hotel Parai City Garden Juli-Desember 2017

No	Bulan	Total <i>Event</i>	<i>Target Sales Event</i>
1	Juli	6 <i>event</i>	15 <i>event</i>
2	Agustus	6 <i>event</i>	15 <i>event</i>
3	September	5 <i>event</i>	15 <i>event</i>
4	Oktober	5 <i>event</i>	15 <i>event</i>
5	November	4 <i>event</i>	15 <i>event</i>
6	Desember	4 <i>event</i>	15 <i>event</i>
	Total	30 <i>event</i>	

Sumber: Hotel Parai City Garden (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen dan instansi yang menggunakan Hotel Parai City Garden pada tahun 2017 masih sedikit. Jumlah tersebut masih jauh dari jumlah yang di targetkan oleh pihak hotel. Pihak hotel telah menargetkan setiap bulannya sejumlah 15 *event*. Hal ini harus menjadi perhatian khusus bagi pihak hotel agar terus memperhatikan perkembangan hotelnya. Jika dibiarkan saja tanpa *advertising* seperti ini nantinya di khawatirkan akan menyebabkan pemasukan yang diperoleh akan semakin menurun dan merugikan pihak hotel.

Salah satu yang menjadi penyebab kurangnya daya tarik Hotel Parai City Garden sebagai tempat *meeting* adalah kurangnya *advertising* sehingga Hotel Parai City Garden tidak terlalu populer dikalangan instansi sebagai tempat melaksanakan *meeting*. Peluang Hotel Parai City Garden sebagai tempat *meeting* favorit di Kota Sawahlunto sangat besar, hal ini dikarenakan Hotel Parai City Garden merupakan satu-satunya Hotel bintang tiga (***)

yang ada di Kota Sawahlunto. Tetapi Hotel Parai City Garden belum menjadi pilihan bagi instansi sebagai tempat melaksanakan rapat atau pertemuan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal sehingga mengurangi minat instansi-instansi untuk melaksanakan *meeting* di Hotel Parai City Garden.

Hal lain yang menjadi permasalahan yaitu adanya instansi atau konsumen yang tidak mengetahui bahwa adanya ruangan pertemuan atau pelatihan di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto. Sedangkan ruangan *meeting* yang terdapat di Hotel Parai City Garden cukup memadai untuk dijadikan sebagai ruangan *meeting* bagi instansi-instansi. Ketersediaan ruangan *meeting* yang memadai seharusnya dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat dan instansi-instansi terhadap Hotel Parai City Garden. Ruangan *meeting* yang belum dikenali disebabkan oleh *advertising* yang dilakukan oleh pihak hotel belum optimal sehingga mengakibatkan kurangnya minat instansi-instansi untuk memilih Hotel Parai City Garden sebagai tempat pelatihan atau *meeting*. Pihak Hotel tidak terlalu memperhatikan hal tersebut dan hendaknya lebih meningkatkan *advertising* dengan memanfaatkan media massa yang ada pada saat ini.

Pengembangan *Advertising* memang harus menjadi perhatian khusus bagi pihak Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto. *Advertising* saat ini belum menjangkau wilayah yang sangat luas, sehingga Hotel Parai City Garden hanya dikenali oleh masyarakat yang berdomisili dikawasan hotel dan instansi-instansi yang berada dipusat Kota. *Advertising* yang dilakukan secara optimal akan mampu menarik konsumen dan menjangkau seluruh masyarakat

yang berada di Kota Sawahlunto dan bahkan dapat menjangkau daerah lain apabila pihak hotel dapat memanfaatkan sarana komunikasi yang ada dengan baik. Pada saat ini sarana komunikasi begitu banyak dan informasi dapat berkembang lebih cepat. Sarana komunikasi seperti media sosial dan internet saat ini telah menjadi metode promosi yang modern. *Advertising* dengan memanfaatkan media sosial dan media cetak tentunya akan lebih berdampak positif bagi hotel. Jika *advertising* dapat dimaksimalkan maka Hotel Parai City Garden Sawahlunto akan lebih populer dikalangan instansi dan masyarakat.

Perkembangan media massa dan media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Namun pihak Hotel Parai City Garden belum dapat memanfaatkan kondisi ini dengan baik. Media massa seperti koran, radio dan televisi akan dapat menunjang popularitas suatu organisasi jika dapat dimanfaatkan dengan benar. Sejauh ini *advertising* yang sering dilakukan pihak hotel hanya berupa promosi di koran dan radio. Ini tentunya belum optimal karena pada saat sekarang ini tidak terlalu banyak masyarakat yang memanfaatkan koran dan radio sebagai media untuk memperoleh informasi. Pemanfaatan media elektronik lainnya seperti televisi dan media sosial tentunya akan lebih meningkatkan popularitas Hotel Parai City Garden di mata masyarakat.

Berdasarkan kondisi di lapangan yang penulis lihat saat ini, masyarakat dan instansi-instansi lebih memilih beberapa gedung lainnya sebagai alternatif tempat *meeting* dibandingkan dengan ruang *meeting* di

Hotel Parai City Garden. Tempat lain seperti gedung Sanggar Kegiatan Belajar (SKB), Hall PT. Bukit Asam (PTBA), dan Aula gedung Multi Training Centre (MTC) Sawahlunto lebih memiliki daya tarik dimata instansi dan masyarakat dibandingkan dengan Hotel Parai City Garden. Ruangan *meeting* Hotel Parai City Garden memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan gedung-gedung tersebut. Jika dilihat dari segi fasilitas yang disediakan, Hotel Parai City Garden lebih baik dibandingkan dengan gedung-gedung tersebut. Hotel Parai City Garden memiliki kapasitas yang lebih besar untuk melaksanakan rapat dan pertemuan karena semenjak tahun 2018 Hotel Parai City Garden menjalin kerjasama dengan sebuah gedung lain yaitu Gedung Pusat Kebudayaan (GPK). Jika dilihat dari segi harga, harga sewa ruangan *meeting* di Hotel Parai City Garden hampir sama dengan harga sewa gedung-gedung tersebut. Keunggulan lainnya dari ruangan *meeting* Hotel Parai City Garden adalah ketersediaan paket *meeting* yang tentunya lebih memudahkan pihak penyewa yang tidak lagi memikirkan hal-hal lain.

Tempat lain seperti beberapa gedung diatas lebih sering digunakan karena gedung tersebut lebih populer dan lebih sering digunakan dibandingkan Hotel Parai City Garden oleh instansi dan masyarakat Kota Sawahlunto. Hotel Parai City Garden dapat lebih populer dibandingkan gedung lainnya jika *advertising* yang dilakukan lebih menarik. Ruangan *meeting* yang ada di Hotel Parai City Garden akan dapat menjadi pilihan utama bagi instansi-instansi dan masyarakat yang ada di Kota Sawahlunto sebagai tempat untuk melaksanakan *meeting* dan kegiatan pelatihan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang “**Pengaruh *Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Paket *Meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto**”.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Jumlah instansi yang melaksanakan *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto selama 6 bulan terakhir tahun 2017 mulai menurun.
2. Jumlah instansi yang *meeting* tidak mencapai target pada bulan Juli-Desember 2017.
3. Jarangnya media mengiklankan bahwa tersedia ruangan *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.
4. *Advertising* tidak mampu menarik konsumen atau tamu untuk melaksanakan *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto
5. *Advertising* tidak maksimal sehingga belum menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi masalah pada:

1. *Advertising* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.
2. Keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

3. Pengaruh *Advertising* terhadap keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Advertising* di Hotel Parai City Gaden Kota Sawahlunto ?
2. Bagaimana keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto ?
3. Bagaimana pengaruh *Advertising* terhadap keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini yaitu:

- a. Mendeskripsikan *advertising* Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.
- b. Mendeskripsikan keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

- c. Mendeskripsikan pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian paket *meeting* di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan acuan untuk melakukan perbaikan dalam mengatasi penurunan pembelian paket *meetings* serta mengetahui *advertising* yang paling berpengaruh untuk menarik minat konsumen.

2. Bagi Jurusan Pariwisata FPP-UNP

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang khususnya pada program studi D4 Manajemen Perhotelan dan Jurusan Pariwisata tentang *advertising* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian paket *meeting*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti lainnya untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk penelitian selanjutnya di Hotel Parai City Garden Kota Sawahlunto.

4. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan, selain itu untuk menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian.