

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
PENJUALAN JASA KAMAR PADA HOTEL
KALPATARU MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh:
BAGUS PRIAMBODO
02.22.0089

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : BAGUS PRIAMBODO
Nomor Pokok : 02.22.0089
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran PROMOSI TERHADAP
PENJUALAN JASA KAMAR PADA HOTEL
KALPATARU MALANG.

Malang, Juli 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

(Dra. ERNA SETIJANI, MM)

(Dra. SUNARYATI HARDIANI, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang

(Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.)

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN JASA
KAMAR PADA HOTEL KALPATARU MALANG.

Dipersiapkan dan disusun oleh:

BAGUS PRIAMBODO

02220089

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 14 Juli 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

(Dra, SUNARYATI HARDIANI, MM)

(Drs. H. MUCHSON, MM)

Anggota Penguji

(Drs. PETRUS MEGU)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Juli 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang

Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

N a m a : BAGUS PRIAMBODO
Nomor Pokok : 02.22.00 89
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program studi : Manajemen
Tempat dan Tgl.Lahir : Pasuruan, 19 Februari 1984
Alamat : Jl.Raya Warungdowo No 4 Pasuruan.
Nama Orang Tua (Bapak) : SUDARMAJI
(Ibu) : MARWIYAH
Riwayat Pendidikan :

1. Lulus Sekolah Dasar Warungdowo Pasuruan 1996
2. Lulus Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama Negeri 6 Pasuruan1999
3. Lulus Sekolah Menengah Umum Negeri 4 Pasuruan 2002
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang Tahun 2002

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN JASA KAMAR PADA HOTEL KALPATARU MALANG".

Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak **Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.**, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu **Dra. ERNA SETIJANI, MM**, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu **Dra. Hj. SUNARYATI HARDIANI, MM**, Selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang
5. Bapak dan Ibu pimpinan, staf dan karyawan Hotel Kalpataru Malang yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian yang telah penulis lakukan.

6. Kedua Orang Tuaku tercinta bapak Sudarmaji dan Ibu Marwiyah serta adikku Rani dan Dini, terima kasih atas doa, semangat dan dorongan sehingga skripsi ini terselesaikan

7. Untuk sahabatku dan teman-temanku di Malang Intan, Yitno, Didik dan Bang Ersi yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepadaku.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Malang, Juni 2006
Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAKSI	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Pengertian Promosi.....	8
C. <i>Promotional Mix</i>	10
D. <i>Marketing Mix</i> Jasa	19
E. Jasa.....	21
F. Jasa Perhotelan	22
G. Pengertian Penjualan	27
H. Hubungan antara Promosi dengan Penjualan Jasa Kamar	28
I. Penelitian terdahulu.....	29
J. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	31
B. Definisi Operasional Variabel	32
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
D. Lokasi Penelitian	34
E. Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	39
1. Sejarah Singkat Hotel Kalpataru Malang	39
2. Lokasi Hotel	40
3. Struktur Organisasi	40
4. Personalia Perusahaan.....	44
5. Hubungan Industrial Pancasila	45
6. Produk Hotel	45
7. Kegiatan Pemasaran.....	46
8. Proses Produksi (Proses Pelayanan Jasa Perhotelan pada Hotel Kalpataru Malang)	49
9. Persaingan.....	51
10. Tujuan Perusahaan.....	59
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
1. Deskripsi Variabel Penelitian	61
2. Analisis Data	62
a. Analisis Regresi Berganda	63
b. Uji Hipotesis.....	65
C. Implementasi Hasil Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hotel Kalpataru Malang Harga Sewa Kamar	45
2. Data Pesaing Hotel Kalpataru Malang.....	52
3. Tarif Sewa Kamar Tiap-Tiap Tipe Hotel Kalpataru Malang (1998-2005) (Dalam Unit).....	52
4. Kapasitas Untuk Masing-Masing Jenis Kamar Hotel Kalpataru Malang (1998-2005) (Dalam Unit).....	53
5. Target Penjualan Kamar Tiap-Tiap Tipe Hotel Kalpataru Malang (1998-2005) (Dalam Unit).....	54
6. Realisasi Penjualan Kamar Tiap-Tiap Tipe Hotel Kalpataru Malang (1998-2005) (Dalam Unit).....	54
7. Realisasi Penjualan Kamar Tiap-Tiap Tipe Hotel Kalpataru Malang (1998-2005) (Dalam Rupiah).....	55
8. Data Biaya Personal Selling Hotel Kalpataru Malang Tahun 1998 – 2005.....	56
9. Data Biaya Sales Promotion Hotel Kalpataru Malang Tahun 1998 – 2005.....	58
10. Data Biaya Advertising Hotel Kalpataru Malang Tahun 1998 – 2005.....	59
11. Data Penjualan dan Biaya Bauran Promosi Hotel Kalpataru Malang Tahun 1998 – 2005	62
12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Struktur Organisasi Hotel Kalpataru Malang Tahun 2005	41
2.	Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel <i>Personal selling</i> (X_1)	67
3.	Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel <i>Sales Promotion</i> (X_2)	68
4.	Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Variabel <i>Advertising</i> (X_3)	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAKSI

Dengan semakin banyaknya hotel yang berdiri di Malang menambah ketatnya persaingan antara hotel-hotel yang satu dengan yang lain, karena masing-masing hotel selalu berusaha untuk menguasai pangsa pasar yang sebesar-besarnya. Salah satu cara yang paling tepat untuk meraih pasar sasaran adalah dengan menggunakan media promosi. Pelaksanaan promosi dilakukan dengan tujuan memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mendorong konsumen agar melakukan pembelian pada barang/jasa yang dipasarkan. Dengan adanya promosi, perusahaan dapat meningkatkan penjualan jasa kamar sesuai dengan tujuan perusahaan. Selanjutnya perusahaan harus lebih memahami arti pentingnya bauran promosi guna merangkul konsumen sebanyak mungkin. Atas dasar pemikiran tersebut maka Hotel Kalpataru Malang sebagai salah satu hotel yang berada di Malang agar bisa meraih pasar yang diharapkan dengan semakin kompetitifnya persaingan perlu meningkatkan pelaksanaan promosi yang selama ini disinyalir masih kurang efektif sehingga berakibat tidak tercapainya target penjualan yang ditetapkan.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka dalam penelitian ini diambil judul penelitian yaitu: PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN JASA KAMAR PADA HOTEL KALPATARU MALANG. Dengan demikian dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu: Bagaimana pengaruh bauran promosi (personal selling, promosi penjualan dan periklanan) terhadap penjualan jasa kamar pada Hotel Kalpataru Malang dapat meningkat dan bauran promosi manakah yang berpengaruh dominan terhadap penjualan jasa kamar pada Hotel Kalpataru Malang. Jadi tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mendeskripsikan pelaksanaan bauran promosi yang sudah dilakukan oleh Hotel Kalpataru Malang, Untuk menganalisis pengaruh bauran promosi (personal selling, promosi penjualan dan periklanan) terhadap jumlah penjualan jasa kamar Hotel Kalpataru Malang dan Untuk mengetahui bauran promosi yang paling berpengaruh (dominan) terhadap jumlah penjualan jasa kamar Hotel Kalpataru Malang. Sehingga dalam penelitian ini digunakan metode analisis data kuantitatif yaitu dengan teknik analisis korelasi dan regresi linier berganda yang selanjutnya dilakukan uji signifikansi melalui uji F dan uji t. Dari hasil uji hipotesis didapatkan Untuk hipotesis bahwa variabel advertising mempunyai pengaruh dominan terhadap penjualan jasa kamar pada hotel Kalpataru Malang hal ini dapat dibuktikan dengan koefisien regresi dari personal selling (X_1) sebesar 12,231, sales promotion (X_2) sebesar 20,820 dan advertising (X_3) sebesar 22,125, Hasil uji t didapatkan bahwa variabel sales promotion dan advertising mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan jasa kamar sedangkan personal selling mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap penjualan jasa kamar.