

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN
HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA TIDAR MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

DENNY EDY SETIAWAN

Nomor Pokok : 99.22.0005

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

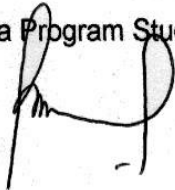
Nama : DENNY EDY SETIAWAN
Nomor Pokok : 99.22.0005
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP
PENINGKATAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA
TIDAR MALANG

Malang, Nopember 2005

DISETUJUI DAN DITERIMA :

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. Mohammad, MM)

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN
HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA TIDAR MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Denny Edy Setiawan

Nomor Pokok : 99.22.0005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal, 23 Desember 2005

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


(Drs. Mochamad, MM)

Sekretaris Penguji


(Drs. H. Kamaluddin, MM)

Anggota Penguji


(Drs. H. Muchson, MM)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Januari 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang




(Drs. Maxion Sumtaky, MSi)



SURAT KETERANGAN
No : 02/HWT-Pers/Ekstern/XII/05

Yang bertanda tangan di bawah ini, Management Hotel Wisata Tidar Malang yang beralamatkan di Jl. Puncak Tidar No 3 Malang, menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Denny Edy Setiawan
NPK : 99.22.0005
Program : S-1 Reguler
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Merdeka Malang

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Hotel Wisata Tidar Malang selama bulan November sampai dengan Desember 2005, dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul :

“ PENGARUH PROMOTIONAL MIX TERHADAP PENINGKATAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA TIDAR MALANG “

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Desember 2005

Management Hotel Wisata Tidar



PERSONALIA
Mahya Hidayat, S.H
PERSONALIA Manager
Jl. Puncak Tidar No. 1 Malang
Telp. (0341) 553575



GENERAL MANAGER
Ira Kristiana, BsCh. Commerce
General Manager
Jl. Puncak Tidar No. 1 Malang
Telp. (0341) 553575, 553576 Fax. (0341) 553523

KATA PENGANTAR



Puji dan sujud syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Robbi Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya, salawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan, sang revolusioner sejati Muhammad SAW karena berkat tuntunan beliaulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA TIDAR MALANG.** Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan saran, masukan dan motivasi hingga terselesainya penulisan skripsi ini kepada yang terhormat :

1. **Drs. H. Budi Siswanto, MSi**, selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
2. **Drs. Maxion Sumtaky MSi**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
3. **Dra. Erna Setijani, MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
4. **Drs. Mohammad, MM**, selaku Dosen Pembimbing, atas tangan dinginnya dan kemurahan hatinya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. **Orang tuaku** yang telah mendidik dan membesarkan, memberikan semangat dan dorongan, ananda berterima kasih yang tiada tara atas do'a restu hingga keberhasilan dapat tercapai.

6. Komunitas Mahasiswa Madura yang ada di lingkungan Universitas Merdeka Malang, atas bantuan kalianlah skripsi ini selesai.
7. Mas **Yony** terima kasih atas bantuan, petunjuk dan kesabarannya.
8. Orang-orang yang memberi arti dalam perjalanan hidup penulis ucapan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa yang benar hanyalah Allah semata semua yang ada di dunia ini, apapun namanya adalah relatif termasuk penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang sifatnya membangun dan membantu demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Malang, Maret 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI	vi
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	vii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	5
B. Promotional Mix	6
1. Pengertian Promotional Mix.....	6
2. Arti Penting Promotional Mix.....	7
3. Pengertian Promosi	7
4. Fungsi Promosi.....	8
5. Alat-alat Promotional Mix	8

C. Hunian Kamar	17
D. Kerangka Konseptual Penelitian	17
C. Hunian Kamar.....	17
E. Hipotesis.....	18
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	19
B. Definisi Operasional Variabel	21
C. Ruang Lingkup Penelitian	22
D. Lokasi Penelitian.....	22
E. Sumber dan Jenis Data.....	22
F. Teknik Pengumpulan Data	23
G. Teknik Analisis Data	24
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	28
1. Sejarah Singkat Perusahaan	28
2. Lokasi Perusahaan	28
3. Bentuk Hukum Perusahaan	30
4. Struktur Organisasi	30
5. Organisasi dan Personalia	36
6. Produksi dan Hasil Produksi	40
7. Pemasaran	43
8. Saluran Distribusi.....	44
9. Promosi	45
10. Keuangan Perusahaan	46
11. Tujuan Perusahaan	47
12. Pesaing dan Persaingan.....	50

B. Analisis Hasil Penelitian	50
1. Data Target dan realisasi penjualan Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 1999 sampai dengan Tahun 2004.	50
2. Data Promotional Mix Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 1999-2004	51
a. Analisis regresi linier berganda	53
b. Uji hipotesis	55
c. Uji bobot	57
C. Pembahasan.....	58
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Susunan dan Jumlah Personalia Hotel Wisata Tidar Malang	37
2. Tingkat Pendidikan Karyawan Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 2004.....	38
3. Daftar Harga Kamar Hotel Wisata Tidar Malang	44
4. Target dan realisasi penjualan Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 1999 sampai dengan tahun 2004.	51
5. Data-Data <i>Promotional Mix</i> Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 1999 – 2004	52
6. Variabel-Variabel Penelitian Hotel Wisata Tidar Malang Tahun 1999- 2004.....	52
7. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	18
2. Struktur Organisasi Hotel Wisata Tidar Malang.....	31

ABSTRAKSI

Banyaknya hotel yang berdiri di Kota Malang menambah ketatnya persaingan antara 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 volume penjualan sesuai dengan tujuan perusahaan. Selanjutnya perusahaan harus lebih memahami arti pentingnya *promotional mix* guna merangkul konsumen sebanyak mungkin. Atas dasar pemikiran tersebut maka Hotel Wisata Tidar 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 terhadap tidak tercapainya target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka dalam penelitian ini diambil judul penelitian yaitu : **PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN HUNIAN KAMAR DI HOTEL WISATA TIDAR MALANG.** Dengan demikian dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu : apakah bauran promosi (*sales promotion, advertising dan personal selling*) mempunyai pengaruh terhadap hunian kamar di Hotel Wisata Tidar Malang dan variabel mana diantara *sales promotion, advertising dan personal selling* yang pengaruhnya paling signifikan dan dominan terhadap hunian kamar.. Jadi tujuan penelitian ini : Untuk menganalisis bauran promosi (*sales promotion, advertising, dan personal selling*) yang berpengaruh terhadap peningkatan hunian kamar di Hotel Wisata Tidar Malang dan untuk menganalisis diantara bauran promosi (*sales promotion, advertising dan personal selling*) yang paling signifikan pengaruhnya terhadap peningkatan hunian kamar di Hotel Wisata Tidar Malang. Sehingga dalam penelitian digunakan metode analisis data kuantitatif yaitu dengan teknik regresi linier berganda yang selanjutnya dilakukan uji signifikansi melalui uji F dan uji t.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t menunjukkan bahwa *sales promotion, advertising dan personal selling*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap hunian kamar di Hotel Wisata Tidar Malang, hal ini diketahui dari nilai koefisien regresi ($b_1 = 3,473$; $b_2 = 9,819$ dan $b_3 = 9,559$) nilai t_{hitung} *sales promotion* sebesar 6,574, *advertising* 7,132 dan *personal selling* 6,645 lebih besar dari t_{tabel} 4,303, serta nilai uji F sebesar 62,646 lebih besar dari $F_{tabel} = 19,2$. Dengan demikian *advertising* merupakan variabel yang paling signifikan dan dominan pengaruhnya terhadap hunian kamar di Hotel Wisata Tidar Malang karena nilai koefisien regresinya = 9,819 dan nilai t_{hitung} nya = 7,312 lebih besar dibandingkan dengan *sales promotion* dan *personal selling*.