

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HOTEL
MUTIARA MALANG**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
ACHMAD VANDA
01.22.0313

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

2006

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ACHMAD VANDA
Nomor Pokok : 01.220.313
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HOTEL MUTIARA
MALANG

Malang, Agustus 2006

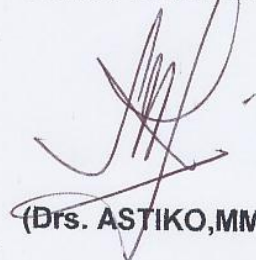
DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi,



(Dra. ERNA SETIJANI, MM)

Dosen Pembimbing,



(Drs. ASTIKO, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



(Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.)

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT HUNIAN
KAMAR DI HOTEL MUTIARA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ACHAMAD VANDA
01.220.313

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 25 AGUSTUS 2006

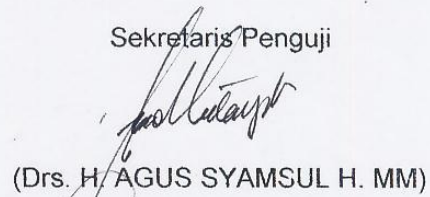
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji




(Drs. ASTIKO, MM.)

Sekretaris Penguji



(Drs. H. AGUS SYAMSUL H. MM)


Anggota Penguji



(DR. H. SIH HANTO, MM)

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

Malang, Agustus 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



Drs. Maxion Sumtaky, M.Si



" HOTEL MUTIARA "

Nomor : 205/HM/MNJ/2006
Perihal : Surat Penelitian/ Observasi

Malang, 20 Mei 2006

Kepada Yth : Pembantu Dekan I
Universitas Merdeka Malang
Di tempat

Menindak lanjuti Surat Permohonan pelaksanaan penelitian yang diberikan Bapak/ Ibu dekan di HOTEL MUTIARA MALANG, berikut ini kami menyampaikan bahwa :

Nama mahasiswa : Achmad Vanda
NIM : 01.220.313
Jurusan : Manajemen
Judul Karya Tulis : " PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HOTEL MUTIARA MALANG "

Dapat mengadakan observasi/ penelitian di HOTEL MUTIARA MALANG
Demikian Surat ini kami sampaikan , dan atas perhatian yang diberikan kami ucapkan terimakasih,

Hormat kami,

Rachmad S.


HOTEL MUTIARA

Jl. Jaksa Agung Suprpto 30 - 32
Telp. 356667 - 356668 - 356670
Fax. (0341) 326443
Malang 65111 - Indonesia



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

N a m a : ACHMAD VANDA
Nomor Pokok : 01.220.313
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program studi : Manajemen
Tempat dan Tgl.Lahir : Balikpapan 01 Oktober 1983
Alamat : Jl.Mawar IV / 09 Malang
Nama Orang Tua (Bapak) : Bambang A.Z
(Ibu) : Dwi Retno.S
Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN 11 Balikpapan .tahun 1995
2. Lulus Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Balikpapan Tahun 1998
3. Lulus Sekolah Menengah Umum negeri 05 Balikpapan Tahun 2001
4. Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang Tahun 2001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadirat TUHAN YME yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI HOTEL MUTIARA MALANG".

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan 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. Bapak **Drs. ASTIKO, 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. Kedua Orang Tuaku tercinta bapak dan Ibu, terima kasih atas do'a, cinta, air mata dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Pimpinan dan Staf Hotel Mutiara Malang yang telah memberikan izin untuk penelitian serta memberikan data yang penulis butuhkan pada Hotel Mutiara Malang
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari TUHAN YME. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Malang, juli 2006
Penulis

ABSTRAKSI

Perusahaan dituntut untuk bisa meninjau bauran promosi yang dipergunakan dan selalu dapat menarik konsumen dan dapat dikenal masyarakat luas, maka bauran promosi sebagai alat komunikasi sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan bauran promosi dapat membantu dalam memperluas pengenalan produk suatu barang/jasa perusahaan terhadap konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran promosi terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Mutiara Malang dan untuk menganalisis variabel-variabel dari bauran promosi yang dominan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Mutiara Malang.

Kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh Hotel Mutiara Malang terdiri dari *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion*. Pelaksanaan kegiatan bauran promosi tersebut dari tahun 1998 – 2005 mengalami peningkatan diikuti dengan peningkatan tingkat hunian kamar yang meningkat dari tahun 1998 – 2005.

Dari hasil perhitungan secara statistik diperoleh analisis regresi linier berganda dengan SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 297,146, sedangkan F_{tabel} pada $\alpha = 5\%$, yang berarti bahwa hipotesis pertama, diduga variabel *advertising* (X_1), *personal selling* (X_2) dan *sales promotion* (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar (Y) teruji. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas *advertising* (X_1), *personal selling* (X_2) dan *sales promotion* (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat hunian kamar (Y).

Sedangkan hasil dari pengujian hipotesa yang kedua menunjukkan bahwa *advertising* (X_1), *personal selling* (X_2) dan *sales promotion* (X_3), mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa *advertising* (X_1), *personal selling* (X_2) dan *sales promotion* (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian kamar (Y).

Koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,998; menunjukkan bahwa bersama-sama terdapat hubungan yang cukup positif dan searah antara *advertising* (X_1), *personal selling* (X_2), dan *sales promotion* (X_3), terhadap tingkat hunian kamar (Y) sebesar 99,8 %. Hubungan ini dapat dikategorikan sangat kuat, sebagaimana diketahui bahwa suatu hubungan dikatakan sempurna jika koefisien korelasinya mencapai angka 100 % atau 1 (baik dengan angka positif atau negatif).

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Bauran Promosi.....	9
3. Marketing Mix Jasa	19
4. Jasa	21
5. Jasa Perhotelan	23
a. Pengertian Hotel	23
b. Klarifikasi Hotel	24
c. Jasa yang Ditawarkan Bidang Perhotelan	26
d. Tamu Hotel	27
e. Pengertian Tingkat Hunian Kamar	28
6. Hubungan Antara Bauran Promosi Dengan Tingkat Hunian Kamar	29
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	31
C. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	34
B. Definisi Operasional Variabel	36
C. Ruang Lingkup Penelitian	37
D. Lokasi Penelitian	37
E. Sumber Data	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	43
1. Sejarah Singkat Hotel Mutiara Malang.....	43
2. Lokasi Hotel	44
3. Struktur Organisasi	44
4. Personalia Perusahaan.....	48
5. Hubungan Industrial Pancasila	49
6. Produk Hotel	50
7. Kegiatan Pemasaran	51
8. Proses Produksi (Proses Pelayanan Jasa Perhotelan pada Hotel Mutiara Malang).....	52
9. Tujuan Perusahaan.....	54
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56
1. Deskripsi Variabel	56
2. Analisis Hasil Penelitian	59
3. Impelementasi Hasil Penelitian	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hotel Mutiara Malang Jumlah Karyawan Berdasarkan Pendidikan	49
2. Hotel Mutiara Malang Jam Kerja Karyawan	49
3. Hotel Mutiara Malang Harga Sewa Kamar	50
4. Data Biaya Advertising Hotel Mutiara Malang.....	56
5. Data Biaya Personal Selling Hotel Mutiara Malang	57
6. Data Biaya Seles Promotion Hotel Mutiara Malang	58
7. Volume Penjualan/Tingkat Hunian Kamar Hotel Mutiara	59
8. Ringkasan Hasil Tes Validitas	60
9. Perhitungan Regresi Linier Berganda Hotel Mutiara Malang .	61
10. Perhitungan t hitung dan t tabel	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi Hotel Mutiara Malang Tahun 2005	45
2. Kurva Kriteria Penerimaan Atau Penolakan Hipotesis Berdasarkan Uji F.....	64
3. Uji t X1 (Advertising).....	66
4. Uji t X2 (Personal Selling)	67
5. Uji t X3 (Sales Promotion)	68