

ABSTRAK

PENGARUH *PUBLIC RELATION* TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HOTEL BENTANI CIREBON

Penelitian ini dilakukan karena penulis tertarik untuk membahas peranan *public relation* terhadap Volume Penjualan di Hotel Bentani. Kemampuan yang dimiliki *Public Relation* dalam menyimpulkan dan menganalisa fakta dapat memberikan informasi yang relevan tentang keadaan perusahaan yang sebenarnya. Informasi tersebut berguna bagi *Marketing Manager* dalam merencanakan dan mengendalikan penjualan di Hotel Bentani.

Penelitian dilakukan pada Hotel Bentani yang berlokasi di Jalan Siliwangi No.69, yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan berbintang tiga. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *public relations* pada Hotel Bentani Cirebon dan mengetahui pengaruh *public relations* dalam meningkatkan volume penjualan di Hotel Bentani.

Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode *explanatory*, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Sedangkan untuk pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan yang meliputi kegiatan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner, serta penelitian kepustakaan.

Hubungan antara proses pelaksanaan *public relations* dengan volume penjualan di Hotel Bentani ditunjukkan dengan adanya hubungan yang kuat ditandai dengan koefisien korelasi sebesar 0,90 dengan tingkat signifikansi 0,05. Besarnya peranan antara *public relations* dan volume penjualan adalah sebesar 9%.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah adanya pengaruh *public relations* terhadap volume penjualan terdapat pengaruh yang cukup kuat. Jadi jika dilihat dari pengujian stasitik maka keberadaan *public relations* lebih berpengaruh cukup kuat terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Promosi, *Public Relations*, Volume Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	-
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Rerangka Pemikiran	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Jasa	10
2.2.1 Konsep dan Pengertian Jasa.....	10
2.2.2 Karakteristik Jasa	11
2.3 Bauran Pemasaran.....	14
2.3.1 Promosi	16
2.3.1.1 Sasaran Promosi.....	17
2.4 Public Relations	18
2.4.1 Pengertian Public Relations	18
2.4.2 Kegiatan Public Relations.....	20
2.4.3 Menentukan Tujuan Public Relations.....	22
2.4.4 Mengevaluasi Hasil-Hasil Public Relations	24
2.5 Hipotesis	25

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	26
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	26
3.1.2 Struktur Organisasi	29
3.1.3 Kegiatan Utama Hotel Bentani	36
3.1.4 Fasilitas Hotel Bentani	36
3.1.5 Promosi Produk	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.2.1 Desain Penelitian	42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.4.1 Jumlah Sampel	48
3.2.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.2.5 Metode Analisis	49
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.7 Teknik Pengolahan Data.....	53
3.2.8 Teknik Pengembangan Instrumen	53
3.2.9 Rancangan Pengujian Hipotesa	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan	57
4.1.1 Pelaksanaan Kegiatan Promosi khususnya <i>Public Relations</i> pada Hotel Bentani.....	57
4.2 Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap Volume Penjualan Perusahaan.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden	64
1. Jenis Kelamin Responden	65
2. Usia Responden.....	65
3. Pekerjaan Responden	66
4. Domisili Responden.....	67

4.2.2 Analisa <i>Public Relations</i> Terhadap Hasil Penjualan di Hotel Bentani Cirebon	67
4.3 Analisis Data	69
4.3.1 Metode Successive Internal.....	70
4.3.2 Analisa Hubungan <i>Public Relations</i> Hotel Bentani Terhadap Volume Penjualan Hotel Bentani.....	70
4.3.3 Analisa Koefisien Determinasi	71
4.3.4 Analisa Uji Signifikansi (Uji T).....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Model Pengaruh Public Relations Terhadap Citra	
Perusahaan.....	8
Gambar 2 : Karakteristik Jasa.....	14

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2: Skala Penilaian Jawaban Angket	49
Tabel 3.3: Derajat Hubungan dan Penafsiran.....	51
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4: Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 4.5: Hasil Penjualan dan Target Penjualan Hotel Bentani	68
Tabel 4.6: Correlations	70