

ABSTRAK

Le Grandeur Hotel Jakarta merupakan salah satu hotel bintang lima yang terletak di Kawasan Mangga Dua Raya, Jakarta Pusat yang menerapkan strategi promosi dalam memenangkan persaingan dan meningkatkan volume penjualan. Peneliti melakukan penelitian di *Le Grandeur* Hotel Jakarta selama enam bulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada *Le Grandeur* Hotel Jakarta pada periode November 2014 sampai dengan Februari 2016. Analisis data menggunakan korelasi Pearson dan regresi linier sederhana. Berdasarkan korelasi Pearson, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara biaya promosi dengan volume penjualan. Sedangkan berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh persamaan: $Y = (88585148,88) + 9,101X$

Kata Kunci: strategi promosi, volume penjualan, dan biaya promosi



ABSTRACT

Le Grandeur Hotel Jakarta is one of the five star hotels located in Mangga Dua Raya Area, Central Jakarta which implement promotional strategies in winning the competition and increasing sales volume. Researchers conducted research at Le Grandeur Hotel Jakarta for six months. The purpose of this research is to know and explain the influence of promotion cost to sales volume at Le Grandeur Hotel Jakarta from November 2014 until February 2016. Data analysis using Pearson correlation and simple linear regression. Based on Pearson's correlation, the results showed that there was a strong and positive relationship between promotional costs and sales volume. While based on simple regression analysis obtained equation: $Y = (88585148,88) + 9,101X$.

Keywords: promotion strategy, sales volume, and promotion cost



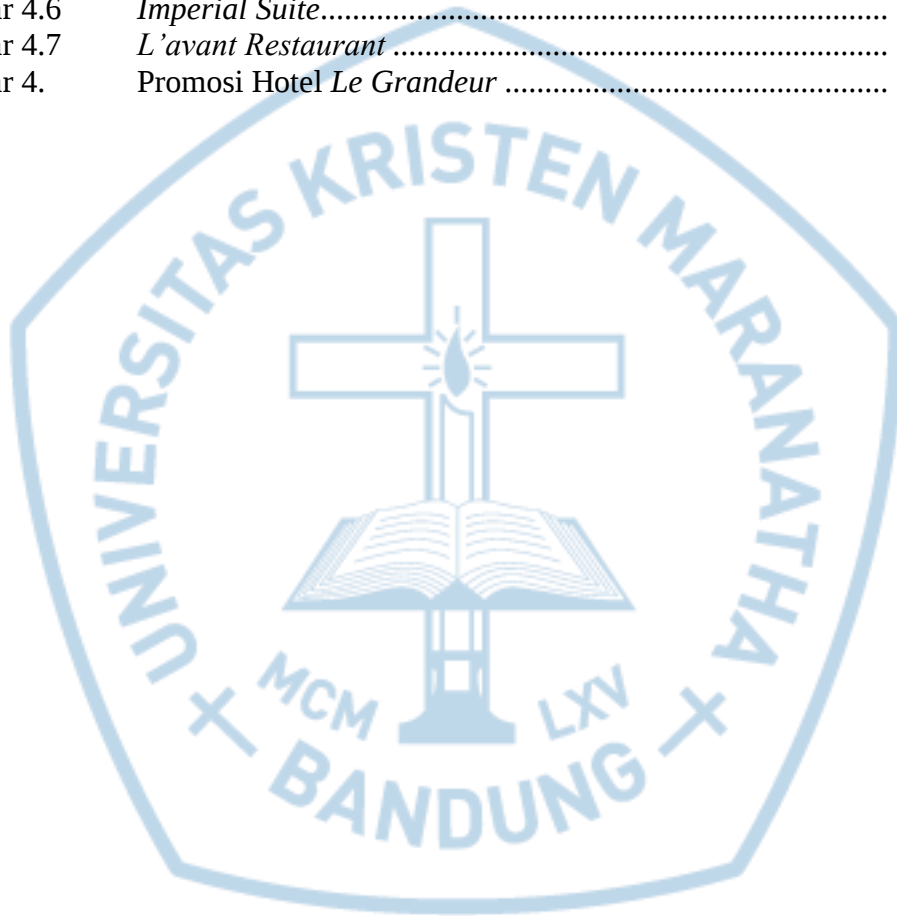
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI	 9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	10
2.1.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.1.1.3 Variabel Bauran Pemasaran	12
2.1.2 Teori Promosi.....	13
2.1.2.1 Strategi Promosi	14
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	15
2.1.2.3 Variabel Bauran Promosi	16
2.1.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	23
2.1.3 Penjualan	26
2.1.3.1 Definisi Penjualan	27
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	27
2.1.3.3 Fungsi Penjualan	29
2.1.3.4 Volume Penjualan	31
2.1.4 Hubungan Biaya Promosi Dengan Penjualan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kajian Teoritis	35
2.4 Kerangka Penelitian	36
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 37
3.1 Jenis Penelitian.....	37

3.2 Objek Penelitian	38
3.3 Subjek Penelitian	40
3.4 Definisi Operasional Variabel	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Analisa Deskriptif	41
3.7 Analisa Regresi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2 Visi Dan Misi	45
4.1.3 Nilai Hotel Le Grandeur Jakarta	46
4.1.4 Tipe Kamar	47
4.1.5 Sarana Dan Prasarana	53
4.1.6 Deskripsi Pekerjaan	57
4.1.6.1 <i>Top Management</i>	57
4.1.6.2 <i>Human Resource Department</i>	57
4.1.6.3 <i>Front Office Department</i>	57
4.1.6.4 <i>Sales & Marketing Department</i>	58
4.1.6.5 <i>Finance Department</i>	58
4.1.6.6 <i>Engineering Department</i>	59
4.1.6.7 <i>Housekeeping Department</i>	59
4.1.6.8 <i>Food & Beverages Department</i>	60
4.2 Segmentasi	60
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Promosi	61
4.3.1.1 Aktivitas Promosi	61
4.3.1.2 Biaya Promosi	68
4.3.1.3 Analisis Volume Penjualan	71
4.3.2 Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan	73
4.3.2.1 Analisis Hubungan Antar Variabel Dan Koefisien	73
4.3.2.2 Analisis Signifikansi Regresi	74
4.3.2.3 Analisis Persamaan Regresi	75
BAB V PENUTUP	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kajian Teoritis 35
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran 36
Gambar 4.1	<i>Superior Suite</i> 48
Gambar 4.2	<i>Deluxe Room</i> 49
Gambar 4.3	<i>Executive Club</i> 50
Gambar 4.4	<i>Executive Suite</i> 51
Gambar 4.5	<i>Emperor Suite</i> 52
Gambar 4.6	<i>Imperial Suite</i> 53
Gambar 4.7	<i>L'avant Restaurant</i> 54
Gambar 4.	Promosi Hotel <i>Le Grandeur</i> 65



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Jenis Media Iklan 18
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu..... 33
Tabel 4.1	Klasifikasi Ruang Pertemuan..... 55
Tabel 4.2	Paket Ruang Pertemuan..... 56
Tabel 4.3	Biaya Promosi Januari 2014-Februari 2016 68
Tabel 4.4	Volume Penjualan Januari 2014-Februari 2016 71
Tabel 4.5	Analisis <i>R Square</i> 73
Tabel 4.6	Analisis Signifikansi Regresi..... 74
Tabel 4.7	Analisis Persamaan Regresi..... 75



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A <i>Output SPSS</i>	81
Lampiran B Rasio Data Keuangan.....	83

