

RINGKASAN

Purwokerto merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan cukup cepat, salah satu alasan karena lokasinya yang cukup strategis. Pengunjung yang datang ke Purwokerto memiliki berbagai alasan tersendiri seperti urusan untuk berbisnis, berwisata, ataupun mengunjungi anak atau saudara yang sedang menempuh Pendidikan. Tentunya menjadikan para pengunjung membutuhkan hotel sebagai tempat untuk beristirahat ataupun bermalam. Maraknya hotel di Purwokerto mengharuskan masing-masing hotel memiliki pembeda ataupun keunikan untuk menarik konsumen. Salah satunya dengan strategi pemasaran, pemasar dituntut untuk memahami perilaku konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan tiap-tiap konsumen. Keberhasilan pemasaran secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi memadukan dua elemen penting, yaitu perencanaan dan manajemen komunikasi sehingga tujuan yang ditetapkan dapat berhasil menurut Permana (dalam Ekalista & Tri Hardianto, 2019). Dalam bidang jasa menawarkan berupa pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel melalui karyawan dalam melayani tamu atau konsumennya. Disini peneliti ingin meneliti bagaimana hotel di Purwokerto bersaing dengan berbagai macam strategi komunikasi pemasaran yang telah digunakan, serta bagaimana hotel dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen menjadi loyal. Teori komunikasi pemasaran yang digunakan yaitu bauran pemasaran atau *marketing mix* yang menggunakan 4P yaitu *Product, Price, Place, dan Promotions*.

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu pengukuran data melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel orang-orang yang diminta untuk mengisi kuesioner untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan. Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan masing-masing adalah produk, *price, place, promotion*, pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditingkatkan di Java Heritage Purwokerto agar konsumen semakin loyal.

Kata Kunci: Komunikasi, *Marketing Mix*, Komunikasi Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Hotel

SUMMARY

Purwokerto is a city that has developed quite fast, one of the reasons is because of its strategic location. Visitors who come to Purwokerto have various reasons, such as doing business, traveling, or visiting children or relatives who are studying. Of course, visitors need a hotel as a place to rest or spend the night. The rise of hotels in Purwokerto requires that each hotel has a difference or uniqueness to attract consumers. One of them is the marketing strategy, marketers are required to understand consumer behavior in order to meet the needs of each consumer. Effective marketing success is largely determined by the communication strategy. The communication strategy combines two important elements, namely communication planning and management so that the goals set can be successful according to Permana (in Ekalista & Tri Hardianto, 2019). In the field of offering services in the form of services provided by the hotel through employees in serving guests or consumers. Here the researcher wants to examine how hotels in Purwokerto compete with various kinds of marketing communication strategies that have been used, as well as how hotels provide services to consumers so that consumers become loyal. The marketing communication theory used is the marketing mix or marketing mix that uses the 4Ps namely Product, Price, Place and Promotions.

This type of research uses a descriptive quantitative method, namely data measurement through scientific calculations derived from a sample of people who are asked to fill out a questionnaire to determine the frequency and percentage of responses. The results of the descriptive analysis that has been carried out respectively are product, price, place, promotion, customer service and customer satisfaction which have a positive influence on customer satisfaction and can be improved in Java Heritage Purwokerto so that consumers are more loyal.

Keywords: Communication, Marketing Mix, Marketing Communication, Costumer Statisfication, Hotel.