

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: “Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Hotel Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Hotel Java Heritage Purwokerto”. Bauran promosi adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tamu menginap. Penelitian di bidang perhotelan mengenai bauran promosi terdiri dari lima variabel yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung dan kualitas hotel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari bauran promosi dan kualitas terhadap keputusan tamu menginap.

Penelitian ini berlokasi di Hotel Java Heritage Purwokerto. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda. Sebelumnya dilakukan uji instrumen data yang terdiri dari validitas dan reliabilitas. Kemudian uji asumsi klasik yang menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa beberapa variabel bebas meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung dan kualitas hotel berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 223,569 dengan probabilitas F hitung sebesar 0.000 ( $p < 0,10$ ). Besarnya kontribusi dari keenam variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap proses keputusan tamu menginap adalah 93,1%, sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa secara sendiri-sendiri keenam variabel bebas yang meliputi promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung dan kualitas keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tamu menginap.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis untuk dapat menaikkan penjualan dan mencapai target penjualan, Hotel Java Heritage Purwokerto perlu mengadakan pelatihan bagi karyawan di bagian Marketing. Hotel Java Heritage Purwokerto seharusnya terus melakukan promosi dengan menggunakan strategi yang lain guna memberikan informasi dan gambaran jelas mengenai Hotel Java Heritage Purwokerto. Karena kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Hotel Java Heritage Purwokerto, sebaiknya manajemen perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan untuk mempertahankan konsumen.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal, Pemasaran Langsung dan Kualitas Hotel

## SUMMARY

*Title of this study is “The Influence of Promotion Mix and Service Quality to Consumer Decision in Java Heritage Hotel Purwokerto”. Marketing mix is one of the factors that can influence consumer decisions. Studies on the hospitality marketing mix which consist of five variables: advertising, sales promotion, public relation, personal selling, direct marketing and product quality. The aims of the research to know the influence of marketing mix variables and product quality toward consumer decision.*

*This research was conducted at the Java Heritage Hotel. The study sample was 100 people. Sampling is done by using a purposive sampling method. While the method of analysis used is multiple linear regression. Regression in order to obtain good results, then prior to the regression test, first tested the validity, reliability testing and test classical assumption of normality test, multicollinearity, and heteroscedasticity test.*

*The results of multiple linear regression analysis can be seen that the independent variables include advertising, sales promotion, public relation, personal selling, direct marketing and product quality effect on consumer decision. This is indicated by the calculated F value of 223,5569 with a probability of F value of 0.000 ( $p < 0.10$ ). The contribution of the four independent variables together to consumer decision is 93,1 %, while the remaining 6,9 % is influenced by other variables not examined in this study. In this study, it can be seen that individually the six independent variables which include advertising, sales promotion, public relation, personal selling, direct marketing and product quality overall have a significant effect on consumer decision.*

*Based on observations of the writer to be able to increase sales and achieve sales targets, Java Heritage Hotel Purwokerto should be training for employees in the Marketing. Java Heritage Hotel Purwokerto should promote the products in the form of hotel rooms by using other strategies to provide information and a clear picture of Java Heritage Hotel Purwokerto. Considering service quality has a positive and significant impact on Java Heritage Hotel Purwokerto, the management of the company should consider the price and service quality factor to retain consumers.*

*Keywords: Promotion Mix, Advertising, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling, Direct Marketing, Product Quality And Consumer Decision*