

ABSTRAK

Vidi Aditya, 0807184 Pengaruh Program Sales Promotion Melalui Diskon Terhadap Keputusan Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung (Survei terhadap Tamu yang Menggunakan Diskon untuk Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung). Dibawah bimbingan Hp. Diyah Setiyorini, MM dan Yeni Yuniawati, S.Pd.,MM

Sektor pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi industri yang diperhitungkan untuk mendatangkan devisa lebih bagi negara, dan diperlukan perhatian dan perawatan khusus untuk lebih memajukan industri ini. Dari beberapa sektor pariwisata tersebut, sektor perhotelan merupakan sektor penting karena sebagai alat akomodasi para wisatawan. Kegiatan promosi dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran maupun penjualan. Salah satu promosi yang dilakukan oleh Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement adalah melalui *sales promotion*, dimana tujuannya agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap agar dapat mencapai target yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program *sales promotion* terhadap keputusan tamu untuk menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Variabel yang digunakan adalah *sales promotion* sebagai variabel independen dan keputusan menginap sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan teknik sampel secara acak sederhana (*sampling random sederhana*). Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner, observasi dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif, analisis regresi linier sederhana dan pengujian signifikansi hipotesis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap.

Kata Kunci : Sales Promotion, Keputusan Menginap

ABSTACT

Vidi Aditya, 0807184 Effect of Sales Promotion Program to stay at the Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung (survey to the individual guest the use of discounts to stay in Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung). Under guidance by Hp. Diyah Setiyorini, MM dan Yeni Yuniawati, S.Pd.,MM

Promotional activities conducted to support the marketing and sales activities. One of the campaign carried Ciumbuleuit Hotel & Apartement is through sales promotion. where the goal is to be able to influence the consumer's decision to stay in order to reach the desired target. The aim of this research was to determine the effect of sales promotion programs to the guest's decision to stay at Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement. The method used in this research is to use descriptive research and verification with the research method used was survey method. Variables used are sales promotion as an independent variable and the decision to stay as the dependent variable. The population in this research were all guests Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement with a sample size of 100 respondents. Sampling techniques in this research using a random sampling technique is simple (simple random sampling). The technique of collecting data using questionnaires or questionnaires, observation and study of literature. Analysis of the data used is descriptive data analysis, simple linear regression analysis and hypothesis significance testing. The research findings show that sales promotion has a significant influence on the decision to stay.

Keywords: Sales Promotion, Decision to stay