

ABSTRAK

Repiyanti Hendria, 0906708, Pengaruh Program Direct Marketing terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang (Survei pada Tamu Bisnis di Grand Hotel Lembang). Di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS dan Dewi Pancawati Novalita, S.Pd.,MM.

Industri jasa sebagaimana diketahui adalah kumpulan dari bermacam-macam perusahaan yang memusatkan kegiatan usaha pelayanannya pada para pelanggan. Jenis usaha yang termasuk dalam kategori ini adalah: hotel, resort, restoran, *coffee shop, bar, pub* dan lainnya. Dengan berkembangnya bidang pariwisata sebagai suatu industri, maka pemasaran jasa pariwisata termasuk industri perhotelan akan semakin penting. Saat ini, tren pariwisata dunia sedang tertuju pada industri *Meeting, Incentive, Conference* dan *Exhibition* (MICE). MICE merupakan bisnis yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi industri perhotelan. Grand Hotel Lembang, sebagai salah satu hotel tertua dan terbesar di Lembang turut pula melengkapi kebutuhan wisatawan khususnya tamu bisnis untuk melaksanakan kegiatan *meeting*. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh, terdapat adanya fenomena penurunan jumlah tamu bisnis yang menggunakan *meeting package* Grand Hotel Lembang pada tahun 2012. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik minat tamu datang berkunjung salah satunya yaitu program *direct marketing* yang terdiri dari *direct mail, telemarketing*, dan *face to face selling* yang khusus ditujukan pada tamu bisnis selaku unit analisi dalam penelitian ini. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode *explanatory survey*. sampel penelitian yaitu sebesar 63 orang dengan menggunakan teknik penarikan sampel *stratified random sampling* melalui pendekatan *cross sectional method*, Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Variabel yang diteliti terdiri dari variabel *independent* yaitu *direct marketing* (X), dan variabel *dependent* yaitu keputusan menggunakan *meeting package* (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari program *direct marketing* terhadap keputusan menggunakan *meeting package* Grand Hotel Lembang dengan *telemarketing* sebagai indikator yang paling berpengaruh. Sedangkan indikator paling rendah ialah *direct mail*. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Grand Hotel Lembang harus lebih meningkatkan kinerja *direct mail* supaya lebih menarik minat tamu bisnis untuk menggunakan *meeting package* Grand Hotel Lembang. Kinerja manajemen maupun program promosi yang dilaksanakan oleh Grand Hotel Lembang perlu ditingkatkan supaya semakin banyak tamu bisnis yang menggunakan *meeting package* Grand Hotel Lembang dan *revenue* hotel pun akan semakin meningkat.

Kata Kunci: *Direct Marketing, Keputusan Menggunakan Meeting Package*

Repiyanti Hendria, 2013

Pengaruh Program Direct Anarketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Repiyanti Hendria, 0906708, The Influence of Direct Marketing Program Toward decision using the meeting package Grand Hotel Lembang (Survey to business guest at Grand Hotel Lembang). Under the guidance of Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS and Dewi Pancawati Novalita, S.Pd.,MM.

Service industry is a collection of various company that centralise their service effort to their consumer. Sort efforts that included to this category are hotel, resort, restaurant, coffee shop, bar, pub and other. Tourism developing become an industry then the tourism service marketing, include the hotel industry, will be more important. At the moment, world tourism's trend is directed to Meeting, Incentive, Conference and Exhibition (MICE) industry. MICE is a kind of business that give high contribution on economies especially for hotel industry. Grand Hotel Lembang, as one of the oldest and the biggest hotel in Lembang, also participate to complete tourist's need especially for them as business guest to have a meeting activity. Various effort have done to attract tourist's interest to visit this hotel. One of the efforts is direct marketing program which consist of direct mail, telemarketing, and face to face selling directed to business tourist as analyst unit in this research. Based on the available secondary data, there is the phenomenon of a decrease in the number of Grand Hotel Lembang meeting package of business guest. Verificative descriptive and explanatory method of survey used in this reserch. The sample of this research are 63 people by using stratified random sampling approach in cross-sectional method, while for the data analysis techniques used in this study is simple linier regression. This research used independent variable namely direct marketing (X) and dependent variable namely decision to use meeting package (Y). The result showed that significant influence exist from direct marketing program toward the decision to use Grand Hotel Lembang meeting package with telemarketing as the most influential indicator. Meanwhile the lowest indicator is direct mail. This showed that Grand Hotel Lembang has to increase the direct mail performance especially hotel publicity to be more widely recognized by the business guest. Management performance or promotion program implemented by Grand Hotel Lembang need to be improved so that more and more business guest use Grand Hotel Lembang meeting package for increasing hotel revenue.

Keywords: Direct Marketing, decision using the meeting package

Repiyanti Hendria, 2013

Pengaruh Program Direct Anarketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu