

ABSTRAK

Herlan Setiawan, 0906715 Pengaruh *Public Relations* Terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung (Survei pada Tamu Bisnis yang Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung). Skripsi 2013, dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM dan Ariyo Bramantori., SH., MM.

Seiring dengan berjalannya waktu, sektor pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi suatu sumber Industri yang berdiri sendiri. Perkembangan kepariwisataan Nasional memiliki tujuan untuk memperlancar usaha kepariwisataan Nasional sebagai salah satu sumber penghasil devisa Negara, dan perlunya menyempurnakan organisasi dan tata kerja badan pelaksanaan di bidang kepariwisataan. Pengembangan pariwisata akan berjalan dengan baik apabila didukung dan diintegrasikan oleh beberapa unsur diantaranya adalah biro perjalanan, penerbangan, perhotelan, restoran serta industri makanan cepat saji dimana ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang ke Indonesia. Dari berbagai jenis usaha pariwisata, perhotelan merupakan industri yang cukup penting karena para wisatawan yang berwisata memerlukan tempat untuk menetap sementara. Hotel Grand Aquila Bandung adalah salah satu hotel bintang 5 di Kota Bandung yang selalu berusaha untuk meningkatkan segala aspek penting yang menyangkut tujuan utama hotel yaitu salah satunya mendapatkan tamu sesuai dengan target sasarannya. Tujuan tersebut dilakukan dengan cara membuat sebuah hubungan dua arah antara pihak hotel dan tamu untuk kebutuhan publikasi yang saling menguntungkan. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yang digunakan yaitu *public relations* yang terdiri dari *news*, *written materials*, *audiovisual materials* dan *corporate identity materials*. Variabel tidak terikat (Y) yaitu keputusan menginap tamu bisnis. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *systematic random sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 86 tamu bisnis yang menginap di Hotel Grand Aquila Bandung. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu bisnis untuk menginap. Faktor yang paling mempengaruhi dari variabel *public relations* adalah *news*, dimana Hotel Grand Aquila memang selalu berusaha serius untuk menerbitkan atau memuat berita di beberapa media yang sudah disiapkan untuk membuat hubungan dengan tamu yang menjadi target sasaran dalam memberikan informasi. Faktor yang paling lemah adalah *audiovisual materials*, aspek ini perlu ditingkatkan dengan memperbaharui video profil perusahaan.

Kata Kunci: *Public Relations*, Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap

Herlan Setiawan, 2013

Pengaruh *Public Relations* Terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung (Survei pada Tamu Bisnis yang Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung)

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

ABSTRACT

Herlan Setiawan, 0906715 Impact of Public Relations Againsts Bussines Guest Decision to Stay Overnight at Hotel Grand Aquila Bandung (Survey on Business Guest who stay at Hotel Grand Aquila Bandung). Thesis, 2013, under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM and Ariyo Bramantori., SH., MM.

As time goes by, the tourism sector in Indonesia has grown and developed into an independent industry sources. National tourism development has the purpose of facilitating the national tourism business, as one source of foreign countries, and the need to improve the organization and functioning of the implementing body in the field of tourism. Tourism development will run well when supported and integrated by several elements such as travel agencies, airlines, hospitality industry, restaurant and fast food industry where it can be an attraction for tourists who come to Indonesia. Of the various types of business tourism, the hospitality industry is quite important because the tourists who travel need a place to live temporarily. Grand Aquila Hotel Bandung is one of the 5 star hotels in Bandung, which seeks to improve all the important aspects related to the main objective to get a hotel guest targets in accordance with the target market. The goal is done by creating a two-way relationship between the hotel and guests for a mutually beneficial publicity needs. In this study the independent variable (X) that is used is the public relations that includes news, written materials, audiovisual materials and corporate identity materials. The dependent variable (Y) is a business guest decision to stay. This type of research is descriptive verification, and the method used is systematic random sampling technique, the number of samples obtained for 86 business guests who stay at Grand Aquila Hotel Bandung. Techniques of data analysis and hypothesis testing is used path analysis. The results showed that public relations significantly influence business guests decisions to stay. The most influential factors for the public relations variable is news, where the Grand Aquila Hotel has always been a serious attempt to publish or in some media carried stories that had been prepared to make a relationship with the target goal in providing information. The weakest factor is audiovisual materials, this aspect needs to be improved by updating the company profile video.

Keywords : Public Relations, Business Guests Decision to Stay

Herlan Setiawan, 2013

Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung (Survei pada Tamu Bisnis yang Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu