

ABSTRAK

Dea Chantika, 0707555, “Pengaruh *Direct Marketing* terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package* Di Mitra Hotel Bandung (Survei pada Pengambil Keputusan Menggunakan *Meeting Package* di Mitra Hotel Bandung) Skripsi, 2012, di bawah Bimbingan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S dan Dewi Pancawati N.,S.Pd.,MM.

Pariwisata merupakan sektor industri penyedia barang dan jasa untuk wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh wisatawan dalam perjalanannya. Peningkatan sektor pariwisata harus didukung dengan meningkatkan sektor industri pendukung terutama sarana akomodasi seperti hotel. Hotel adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Hotel bukan saja sebagai penginapan sementara tetapi juga sebagai tempat pembicaraan bisnis atau lebih dikenal dengan istilah MICE (*meeting, incentive, conference, and exhibition*). Persaingan di industri perhotelan khususnya pada hotel bintang 3 di Kota Bandung, merupakan gambaran dari sekian banyak gambaran mengenai tingginya pesaingan dalam industri perhotelan. Diantaranya Mitra Hotel Bandung yang mulai menyadari persaingan antar hotel bintang tiga di Bandung yang terus meningkat dan menyebabkan keputusan menggunakan *meeting package* menjadi terbagi karena banyaknya hotel yang mempunyai karakteristik yang hampir sama atau bahkan lebih lengkap. Untuk meningkatkan keputusan menggunakan *meeting package*, Mitra Hotel Bandung memaksimalkan strategi *direct marketing*. Tujuan dari penelitian ini adalah memperoleh temuan mengenai *direct marketing* yang dilakukan, keputusan menggunakan *meeting package* dan pengaruh dari *direct marketing* terhadap keputusan menggunakan *meeting package* di Mitra Hotel Bandung. Objek dalam penelitian ini adalah tamu bisnis yang menggunakan *meeting package* di Mitra Hotel Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, menggunakan teknik sampling *proportionate stratified random* dan analisis jalur sebagai teknis analisis datanya. Kuesioner diberikan kepada 140 pengambil keputusan yang menggunakan *meeting package* di Mitra Hotel Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bagian dari *direct marketing* dan keputusan menggunakan *meeting package* yang termasuk kategori tinggi, dan mendapatkan respon paling baik yaitu *direct selling* dan persyaratan waktu pembelian. *Direct marketing* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *meeting package*. Pengaruh terbesar *direct marketing* terhadap keputusan menggunakan *meeting package* terbesar diperoleh *direct selling* dan pengaruh terkecil diperoleh *telemarketing*.

Kata kunci : *direct marketing*, keputusan menggunakan *meeting package*

Dea Chantika, 2013

Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Di Mitra Hotel Bandung

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

ABSTRACT

Dea Chantika, 0707555 "The Influence of Direct Marketing of The Decision Of using Meeting Package in Mitra Hotel Bandung. (Survey on the Decision makers using Meeting package in Mitra Hotel Bandung) 2012, under the guidance of Prof. Dr. H, Eeng Ahman, M.S and Dewi Pancawati N.,S.Pd.,MM.

Tourism is an industrial sector to supply goods and services for tourist and to be involved in any spend of tourist in their journey. To Increase tourism sector must be supported by increasing any supporting industrial sector but the most important is accommodation sector as hotel. Hotel is a businesses to use a building or part of a provided specifically, for every being eating, customer service and use other facilities with payment. Hotel not only as temporary lodgings but also as a business or better knows talks with the term MICE (meeting, incentive, conference and exhibition). Competition in the hotel industry particularly in star hotel 3 in Bandung, was in image of the many picture concerning the take over hotel industry, some of them are Mitra Hotel Bandung that i started to realized the competitions among a star hotel three in Bandung that keeps in creasing and decision a cause using meeting package be decided because there are many hotels which has the characteristic of nearly equal to or even more complete. To increase the decision of using meeting package in Mitra Hotel Bandung maximize a strategy of direct marketing. The purpose of this research was to obtain the findings about the direct marketing is done, the decision to use meeting package at Mitra Hotel Bandung, the object in this study are guest business who use meeting package at Mitra Hotel Bandung. the kind of the research used is descriptive and verifikatif, use tehnik sampling proportionate stratified random and path analysis as technical analisis of the data. A questionnaire given to 140 decision maker who use the meeting package at Mitra Hotel Bandung. Result of the study showed a part of direct marketing and the decision to use a meeting package which includes the categories high, and the best response that direct selling and buying time requirements. Direct marketing influence the decision use meeting package. The biggest impact direct marketing of the decision use meeting package largest obtained direct selling and influence smallest obtained telemarketing.

Keywords : direct marketing, the decision to use meeting package