

**PENGARUH PROGRAM *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MEETING PACKAGE* DI ASTON BRAGA
HOTEL AND RESIDENCE**

ABSTRAK

Oleh :

Ragil Dwi Nadya

0908896

Aston Braga Hotel *and* Residence adalah salah satu hotel di kota Bandung yang memiliki fasilitas *meeting room* dan menjualnya melalui *meeting package*. Keputusan pembelian *meeting package* Aston Braga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya adalah melalui promosi *personal selling*. *Personal selling* merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan Aston Braga hotel *and* Residence untuk mempengaruhi keputusan pembelian dari tamu bisnis yang membeli *meeting package*. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai seberapa berpengaruhnya promosi *personal selling meeting package* dalam mempengaruhi keputusan pembelian tamu bisnis di Aston Braga Hotel *and* Residence.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dan metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS ver. 20 untuk membantu perhitungan.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *personal selling meeting package* dan keputusan pembelian tamu bisnis di Aston Braga Hotel *and* Residence secara keseluruhan dinilai telah baik. Kemudian *personal selling meeting package* memiliki pengaruh yang positif dan pengaruh yang sedang terhadap keputusan pembelian tamu bisnis di Aston Braga Hotel *and* Residence yaitu sebesar 52,9% sedangkan sisanya sebesar 47,1% merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING MEETING PACKAGE TO
THE BUYER'S PURCHASE DECISION IN ASTON BRAGA HOTEL
AND RESIDENCE**

ABSTRACT

By :

Ragil Dwi Nadya

0908896

Nowadays, the development of tourism sector in Bandung is increasing significantly, especially in MICE area. This has made many hotels in Bandung provide meeting room facility. One of those many hotels that provide such facility is Aston Braga Hotel and Residence. Aston Braga Hotel and Residence offers a certain meeting package which is different from its competitors as well as doing personal selling as their promotional strategy in order to influence the buyer's decision to purchase their product. Therefore, this study tries to investigate how personal selling meeting package offered by Aston Braga Hotel and Residence influences the buyer's purchase decision.

This study is descriptive verification in nature. Explanatory survey is used as the methodology in this research. The technique used in data analysis is simple linier regression analysis using SPSS ver. 20 program to ease the calculation of the data.

The result shows that personal selling meeting package and the buyer's decision to purchase Aston Braga Hotel and Residence' product overall has been good. In addition, the data shows that personal selling meeting package influences the buyer's decision to purchase the product by 52,9% and it is considered as a positive and medium effect. Meanwhile, the remaining 47,1% is the influence of other variables that is not analyzed.

Keywords: Personal Selling, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr, Wb.

Di Indonesia, wisata konvensi atau MICE saat ini sedang dianggap berpotensi perkembangannya. Dengan maraknya MICE di Indonesia, maka bisnis penyewaan *meeting room* pun perkembangannya terus meningkat. Aston Braga Hotel and Residence adalah salah satu hotel bintang empat di kota Bandung yang menyewakan fasilitas *meeting room* dengan membuat suatu *packaging* yang berbentuk *meeting package* dan melakukan strategi promosi *personal selling* untuk menjualnya kepada tamu bisnis.

Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian *meeting package* di Aston Braga Hotel and Residence. Dengan mengetahui pengaruh dari *personal selling* terhadap keputusan pembelian tamu bisnis, maka pihak Aston Braga Hotel and Residence dapat lebih bijak dalam menentukan strategi promosi yang dibutuhkan untuk kemajuan hotelnya.

Akhirnya, semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik terhadap penelitian ini, terima kasih.

Bandung, Agustus 2013

Penulis,

Ragil Dwi Nadya

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak akan bisa selesai tanpa bantuan dan juga dukungan dari orang-orang yang telah dengan besar hati membantu penelitian ini baik berupa dukungan mental, material dan juga spiritual. Maka dengan sepenuh hati penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka. Yaitu kepada :

1. Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Ibu Fitri Rahmafitria, SP.,M.Si selaku Ketua program studi Manajemen Resort & Leisure.
4. Prof. Dr. Wanjat Kastolani, M.Pd selaku dosen pembimbing 1, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
5. Bapak A.H Galih Kusumah, S.ST,Par.,MM selaku dosen pembimbing 2, yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
6. Semua dosen-dosen prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmunya yang sangat bermanfaat selama ini.
7. Staf-staf prodi MRL Pak Rahmat dan Pak Garnadi atas segala bantuannya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh mahasiswa MRL.
8. Bapak dan Mamah tercinta beserta Rangga Darmawan dan Muhammad Gias Fadlan Darmansyah yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Muhammad Emil Kazhimi yang telah banyak membantu dan selalu sabar mendukung penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Sahabat-sahabat penulis Listuti, Rengganis, dan Gina atas dukungan yang besar kepada penulis dan bantuan dalam penelitian ini.
11. Sahabat-sahabat lainnya Kartika, Kia, Dea, Dara, Putri, dan Fentri yang telah mendukung penulis hingga skripsi ini terwujud.
12. Teman-Teman MRL'09 seperjuangan yang telah bersama-sama menimba ilmu di MRL selama kurang lebih 4 tahun ini.

Penulis memohon maaf atas ketidak sempurnaan penelitian ini, dan juga memohon maaf apabila ada pihak yang telah ikut membantu namun tidak disebutkan dalam ucapan terima kasih. Penulis tetap memberikan penghargaan sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah membantu peneliti.

Bandung, Agustus 2013

Penulis,

Ragil Dwi Nadya