

ABSTRAK

Marina Ulfah (0800162), “**Pengaruh Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Menggunakan *Meeting Package* di Golden Flower Hotel Bandung**” (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan *Meeting Package*), dibawah bimbingan dan Rini Andari S.Pd.,SE.Par.,MM. dan Dewi Pancawati N., S.Pd, MM.

Industri *MICE* atau biasa disebut *Meeting, Incentive, Confention, Exhibition* merupakan bagian dari usaha jasa pariwisata. Akomodasi yang menunjang kegiatan *MICE* salah satunya adalah Golden Flower Hotel Bandung. Kegiatan *meeting* yang merupakan bagian dari aktifitas industri *MICE* adalah bagian dari usaha jasa pariwisata yang saat ini tengah diselenggarakan oleh Golden Glower Hotel. Dalam penyelenggaraan kegiatannya tersebut, jika dilihat dari jumlah *event MICE* di Golden Flower Hotel Bandung pada tahun 2010 sampai 2011 terjadi penurunan, begitupun jika dilihat dari *income banquet* yang terjadi selisih lebih besar di tahun 2010. Dalam upaya meningkatkan pendapatan hotel melalui *meeting package*, strategi promosi yang dilakukan antara lain *advertising, direct marketing, sales promotion* dan *personal selling*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran promosi dan keputusan menggunakan *meeting package* serta mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi terhadap keputusan *meeting package* tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah *corporate* dan *government* yang menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi (X). Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan menggunakan *meeting package* (Y). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dengan metode *explanatory survey*. Populasi dari penelitian ini berjumlah 378, dan diambil sampel dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* menjadi 80 sampe. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda dengan program SPSS 18.0. for windows. Hasil penelitian menunjukkan variabel promosi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan menggunakan *meeting package*. Sedangkan secara parsial hanya sub variabel *sales promotion* yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandug, sedangkan ketiga sub variabel *advertising, direct marketing* dan *personal selling* tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan *meeting package*.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Menggunakan *Meeting Package*

Marina Ulfah, 2013

Pengaruh Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Menggunakan Meeting Package di Golden Flower Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Marina Ulfah (0800162), *“The Influence of Promotion In Attempt to Rise The Decision to Use Meeting Package at Golden Flower Hotel Bandung”* (A Survey on Companies using Meeting Package at Golden Flower Hotel Bandung), under supervised by Rini Andari S.Pd.,SE.Par.,MM. and Dewi Pancawati N., S.Pd, MM.

MICE industry which is consist of Meeting, Incentive, Confention, Exhibition is part of tourism service business. Golden Flower Hotel Bandung is one of accomodation provider that support MICE activity. One of the most frequent MICE activity is conducting meeting. The meeting is part of industrial activity mice is part of an effort tourism services is currently held by the golden flower hotel. In the execution of the operation if seen from the event in bandung golden mice flower was hotel in 2010 decline, until 2011 including if viewed from income banquet occurring within larger in 2010. Promotion programs that are done by Golden Flower Hotel; advertising, direct marketing, sales promotion, and personal selling are expected to rise guest decision to do purchase. Accommodation which support activities is one golden mice flower was hotel bandung. The meeting is part of industrial activity mice is part of an effort tourism services is currently held by the golden flower hotel. The object of the research are corporate and government who have purchased meeting package at Golden Flower Hotel Bandung. The independent Variabel in this reasearch is promotion (X). While the dependent variabel is the decision to use meeting package (Y). This research is using descriptive and verifikative method , through explanatory survey method. The population of this research, of 378 and taken samples to use techniques proportionate stratified random sampling to 80 samples. The data analysis technique is double regression analysis technique by using software SPSS 18.0. for windows. The research's result shows that promotion's variable simultaneously influences toward the decision to use meeting package at Golden Flower Hotel Bandug, while the three of sub variabel; advertising, direct marketing and personal selling don't give influence to the decision to use meeting package.

Key Words: Promotion, The decision to use Meeting Package