

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peranan Sales Promotion Department Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Nongsa Point Marina & Resort Batam”**.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Skripsi ini juga disusun sebagai upaya memberikan masukan pada peningkatan tingkat hunian kamar di Nongsa Point Marina & Resort.

Ucapan terima kasih penulis tunjukan untuk Allah SWT, kemudian untuk Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M. P.d., Dekan FPIPS Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si., Ketua Program Studi Prof. Dr. Darsihardjo, MS., Prof. Dr. Gurniwan Kamil Pasya, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, serta kepada Lia Afriza, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah mendukung dan membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan ini.

Saran dan kritik dari para pembaca akan sangat membantu, dan dengan senang hati penulis terima sebagai rekomendasi untuk kedepannya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa kemampuan yang ada pada penulis sangat terbatas dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 15 February 2011

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, mama dan papa tercinta yang telah banyak memberikan dukungan baik moriil maupun materiil selama penulisan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Darsiharjo, MS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure.
4. Prof. Dr. Gurniwan Kamil Pasya, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Lia Afriza, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan memberikan waktu serta masukan-masukan selama bimbingannya selama penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta staff di Program Studi Manajemen Resort & Leisure yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu staff Kemahasiswaan dan Akademik FPIPS yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ricky Tjong selaku Deputy General Manager Nongsa Point Marina & Resort, Ibu Fatma Agustin selaku Human Resources Manager, Ibu Adiyanti Ningsih dan Ibu Cindy Kristiatuti selaku Sales & Marketing Manger dan Asst. Sales & Marketing Manager beserta karyawan dan stafnya yang tidak dapat disebutkan satu-

persatu yang telah memberikan kemudahan dalam mencari data yang berhubungan dengan penelitian.

8. Orang-orang terkasih yang telah memberikan doa restu dan semangat yang tiada henti: Adik kecilku, Karin dan keluarga besarku.
9. Sahabat-sahabat tercinta Teamoon (Shinta, Keken, Uni, Achie, Tetha) yang telah menjadi sahabat setia dari awal hingga akhir perjalanan kuliah. Terimakasih karena selalu memberikan canda-tawa yang tidak akan pernah terlupakan.
10. Sahabat-sahabat terkasih Indri, Wenti, Riri, Imas, Asri, Agung, Ferdy, Herdi, Syandra, Adis, Ade Pehul, Husna, Tile, Ricky, Gingin yang selalu memberikan doa dan semangatnya untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
11. Teman-teman di jurusan MRL, khususnya angkatan 2006 yang telah menjadi teman seperjuangan selama 4 tahun.
12. Teman-teman di Carradin Business & Entertainment Hotel yang selalu memberikan semangat setiap harinya. Ibu Irene Harlyana selaku Sales Manager yang sudah memberikan ijin kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Semoga apa yang telah di berikan kepada penulis akan mendapat imbalan dari Allah SWT. Amin.

Akhirnya penulis menyadari bahwa kemampuan yang ada pada penulis sangat terbatas dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 15 February 2011

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Pemikiran	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pariwisata	11
B. Pengertian Resort.....	12
C. Pengertian Manajemen Resort dan Leisure	12
D. Pengertian Pemasaran	13
1. Pengertian Bauran Pemasaran Jasa	14
2. Unsur Bauran Pemasaran Jasa	15
E. Pengertian Promosi.....	18
1. Tujuan Promosi	19
F. Pengertian Bauran Promosi.....	20
1. Pengertian <i>Sales Promotion</i>	23
2. Fungsi <i>Sales Promotion</i>	25
3. Tujuan <i>Sales Promotion</i>	26
4. Metode Promosi Penjualan	27
G. <i>Sales & Marketing Department</i>	28
1. Pengertian <i>Sales & Marketing Department</i>	28
2. Peran Penting <i>Sales & Marketing Department</i>	30
3. Fungsi <i>Sales & Marketing Department</i>	31
4. Bagian <i>Sales & Marketing Department</i>	32
H. Pengertian Komunikasi	40

I. Pengertian Komunikasi Pemasaran	40
1. Tujuan dan Proses Komunikasi Pemasaran	44
2. Sasaran Komunikasi Pemasaran	45
J. Pengertian Konsumen.....	46
1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen..	47
2. Jenis Perilaku Pembelian.....	49
3. Tipe-Tipe Keputusan Mengingat	50
4. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	51
K. Pengertian Tingkat Hunian.....	55
L. Peranan Sales Promotion Department dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar.....	56

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	59
B. Metode Penelitian.....	59
C. Variabel Penelitian	61
D. Populasi dan Sampel	62
1. Populasi.....	62
2. Sampel.....	63
E. Sumber Data	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64
G. Teknik Pengolahan Data	67
H. Teknik Penyajian Data	67

BAB IV PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian	70
1. Keadaan Geografis	70
B. Deskripsi Objek Penelitian	71
1. Sejarah Nongsa Point Marina & Resort.....	71
2. Fasilitas Nongsa Point Marina & Resort.....	73
3. Visi dan Misi Nongsa Point Marina & Resort	78
C. Analisis Data Penelitian	
1. Peranan Sales Promotion Department di Nongsa Point Marina & Resort.....	79
a) Biaya Promosi dalam Melakukan Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	79
b) Data Kunjungan Wisatawan Melalui Promosi Penjualan	82
c) Data Promosi Penjualan Melalui Kegiatan <i>Sales Call</i> dan <i>Telemarketing</i>	86
2. Keadaan Tingkat Hunian Kamar di Nongsa Point Marina & Resort	89

a) Data Kunjungan Wisatawan di Nongsa Point Marina & Resort.....	89
3. Peranan Sales Promotion Department Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Nongsa Point Marina & Resort.....	92

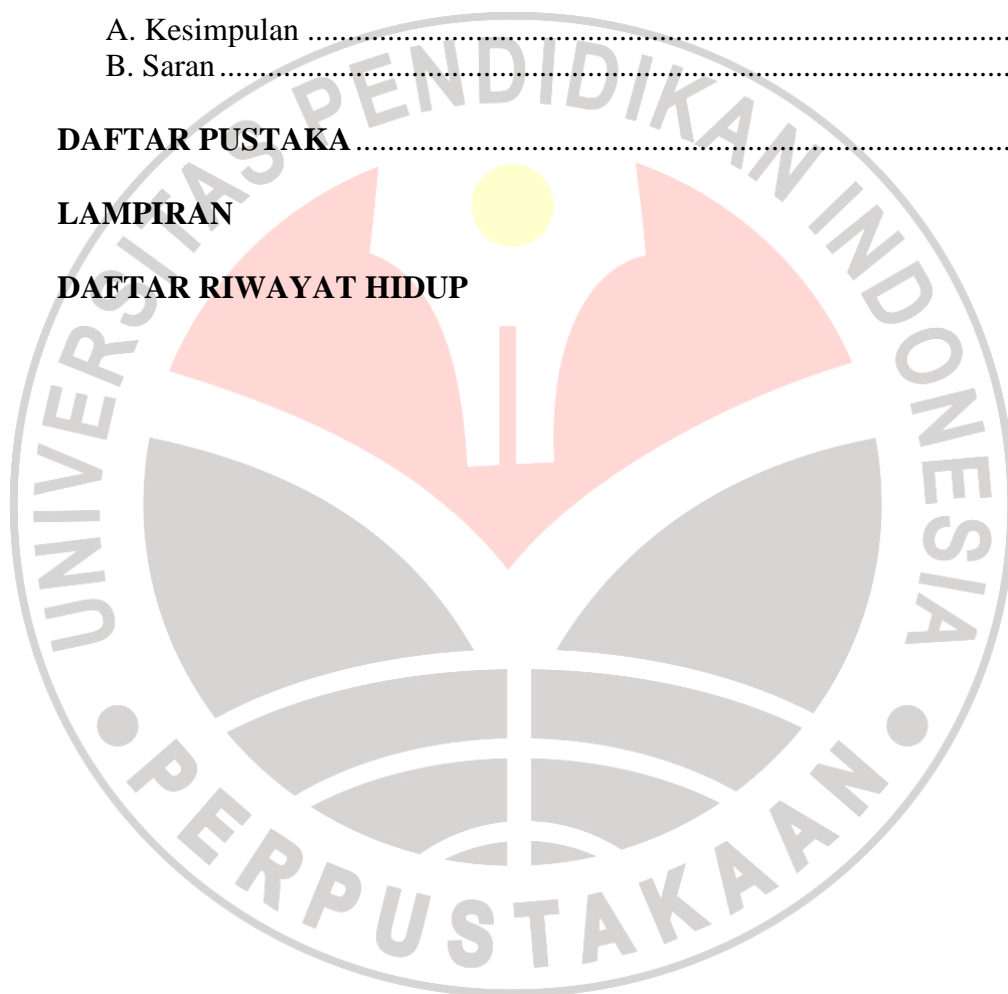
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA	100
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Pulau Batam	4
Tabel 2.1	Alat-alat Promosi	23
Tabel 2.2	Aktifitas Yang Dilakukan Sales Person	39
Tabel 2.3	Tipe – Tipe Perilaku Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Sales Promotion Department	61
Tabel 3.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Nongsa Point Marina & Resort.	63
Tabel 4.12	Biaya Promosi Melalui Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	79
Tabel 4.13	Data Kunjungan Wisatawan Melalui Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	82
Tabel 4.14	Data Penjualan Kamar Melalui Kegiatan <i>Sales Call</i> dan <i>Telemarketing</i>	86
Tabel 4.15	Data Kunjungan Wisatawan di Nongsa Point Marina & Resort.....	90
Tabel 4.16	Laju Pertumbuhan Biaya Promosi dengan Penjualan Kamar	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	42
Gambar 2.2 Sasaran dan Perannya Dalam Komunikasi Pemasaran	46
Gambar 2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen	48
Gambar 2.4 Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	51
Gambar 2.5 Tahapan Antara Evaluasi Alternative dan Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4.12 Persentase Biaya Promosi Melalui Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	80
Gambar 4.13 Persentase Data Kunjungan Wisatawan Melalui Kegiatan <i>Sales Promotion</i>	85
Gambar 4.15 Persentase Data Kunjungan Wisatawan di Nongsa Point Marina & Resort	91
Gambar 4.16 Grafik Laju Pertumbuhan Biaya Promosi dengan Penjualan Kamar di Nongsa Point Marina & Resort	94