

**EVALUASI BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN KAMAR DI FAVE HOTEL BRAGA BANDUNG**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Diploma IV  
Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI  
Bandung



Oleh :

**NISA AULIA AHKAM**

**NIM : 2022309067**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2023**

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

**EVALUASI BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN KAMAR DI FAVE HOTEL BRAGA BANDUNG**


NAMA : NISA AULIA AHKAM  
NIM : 2022309067  
JURUSAN : HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping



Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A., M.Sc., CPM (Asia)  
NIP. 19750611 200212 1 001



Drs. Deden Saepudin, M.Pd  
NIP. 19670615 199603 1 001

Bandung, 27 Juni 2023

Mengetahui,

Kabupaten Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



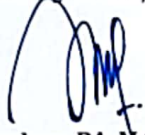
Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI FAVE HOTEL BRAGA BANDUNG

NAMA : NISA AULIA AHKAM  
NIM : 2022309067  
JURUSAN : PENGELOLAAN PERHOTELAN  
PROGRAM STUDI : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA, M.Sc., CPM (Asia)  
NIP. 19750611 200212 1 001

Pembimbing Pendamping,



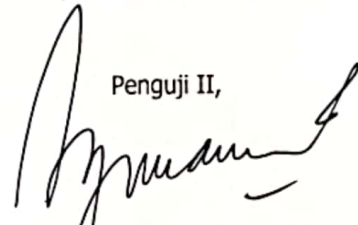
Drs. Deden Saepudin, M.Pd  
NIP. 19670615 199603 1 001

Penguji I,



Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE  
NIP. 19770514 200902 1 002

Penguji II,



I Gusti Agung Wahyu Adrian, M.M.Par., M.Sc., CHRMP., CHE  
NIP. 19780605 200912 1 002

Bandung, 07 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE  
NIP. 19710506 199803 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nisa Aulia Ahkam  
Tempat/Tanggal Lahir : Ujung Pandang / 09 July 1997  
NIM : 2022309067  
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:  
**Evaluasi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Kamar Di Fave Hotel Braga Bandung** ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 27 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,

  
3887DAKX537739164

Nisa Aulia Ahkam

## MOTTO

“ Jangan Takut Dalam Menghadapi Masalah, Nikmati dan hargai setiap proses, karena proses yang membuat kita berdiri tegak, sayangi Keluarga dan Menolong Orang Lain”

- Crayon Shinchan

## **PERSEMBAHAN**

Kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini sebagai tanda syukur dan pengabdian.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan cinta yang tanpa henti, selama saya menyelesaikan proyek akhir ini.

Saya juga ingin berterima kasih yang tak terhingga kepada dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan, bimbingan yang sangat berharga dan berarti dalam menyelesaikan proyek akhir ini.

Tidak lupa saya juga ingin berterima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan motivasi dan semangat selama proses penulisan proyek akhir ini.

Semoga hasil dari proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis sendiri, keluarga dan memberikan kontribusi yang positif bagi bangsa dan negara untuk perkembangan ilmu pengetahuan dimasa depan.

Dan semoga penulis dan semua yang terlibat dalam proyek akhir ini selalu diberikan kesehatan, perlindungan, serta keberkahan dari Allah SWT. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

## ABSTRAK

Evaluasi Bauran Promosi merupakan langkah penting dalam meningkatkan penjualan hotel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara memberikan penilaian abstrak terhadap pengaruh bauran promosi yaitu, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*selling price*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan publisitas untuk meningkatkan penjualan kamar dihotel. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan cara analisis data, triangulasi data dan proses mencari dan mengumpulkan informasi secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lain untuk memudahkan pemahaman dan berbagi hasil dengan orang lain. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa bauran promosi yang dilakukan hotel tersebut beberapa sudah meningkatkan penjualan kamar dihotel. Dari kelima bauran promosi yang berhasil meningkatkan penjualan kamar hotel antara lain, periklanan, (*advertising*), promosi penjualan (*sales Promotion*) dan penjualan pribadi (*selling price*) dan hotel masih harus meningkatkan cara promosi mereka dengan menggunakan pemasaran langsung (*direct marketing*) dan publisitas, karena bauran promosi itu yang belum berhasil dalam meningkatkan penjualan kamar dihotel. Studi ini akan membantu industri perhotelan memahami pentingnya evaluasi periklanan untuk meningkatkan penjualan kamar. Hasil evaluasi diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi hotel untuk mengoptimalkan penggunaan strategi promosi penjualan yang tepat dan efektif.

Keyword : Evaluasi Bauran Promosi, Meningkatkan Penjualan Kamar

## **ABSTRACT**

*Evaluation of the Promotion Mix is an important step in increasing hotel sales. The purpose of this study was to find out how to provide an abstract assessment of the effect of the promotion mix, namely advertising, sales promotion, selling price, direct marketing, and publicity, on increasing room sales in hotels. The research method uses qualitative research by means of data analysis, data triangulation, and the process of systematically seeking and collecting information from interviews, field notes, and other materials to facilitate understanding and sharing results with others. The evaluation results show that the promotion mix carried out by the hotel has increased room sales at the hotel. Of the five promotion mixes that have succeeded in increasing hotel room sales, including advertising, sales promotion, and personal selling, hotels still have to improve their promotional methods by using direct marketing and publicity because the promotion mix has not been successful in increasing hotel room sales. This study will help the hotel industry understand the importance of evaluating advertising to increase room sales. The evaluation results are expected to be a benchmark for hotels to optimize the use of appropriate and effective sales promotion strategies.*

***Keyword : Promotion Mix Evaluation, Increasing Room Sales***



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT telah memberikan berkah dan rahmat sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini tepat pada waktunya. Proyek Akhir ini merupakan salah satu syarat akademis kelulusan Diploma IV pada program studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Topik yang diangkat oleh peneliti adalah **“Evaluasi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Kamar Di Fave Hotel Braga Bandung”**.

Pada awal kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberi dukungan moral dan bimbingan yang telah diperoleh karena Proyek Akhir ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dari berbagai pihak tersebut. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, S.Sos., MM.Par., CHRMP selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par., M.P.Par., CHE selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata Makassar.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak Dr. Ananta Budhi Danurdara, Ba. M Sc., CPM (Asia) selaku Pembimbing Utama.

6. Bapak Drs. Deden Saepudin, M.Pd selaku Pembimbing Pendamping.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta staff diprogram Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah banyak memberikan ilmu dan membimbing para mahasiswa selama proses perkuliahan.
8. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan segala bentuk dukungan secara moral maupun fisik selama penyusunan Usulan Penelitian ini berlangsung.
9. Teman-teman Pengelolaan Perhotelan RPL 2022 yang sangat mendukung dari segi semangat dan juga inspirasi. Dan seluruh orang baik yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa masukan, saran, dan kritik yang bersifat membangun sangat berguna dan diterima dengan baik oleh penulis dengan harapan bisa menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, peneliti berharap Proyek Akhir ini dapat berguna khususnya bagi diri peneliti dan pembaca pada umumnya dimasa depan.

Bandung, 27 Juni 2023

Nisa Aulia Ahkam

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teori .....	10
B. Penelitian Sebelumnya.....	31
C. Kerangka Pemikiran .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Rancangan Penelitian.....	44
B. Partisipan Dan Tempat Penelitian .....	45
C. Pengumpulan Data.....	46
D. Analisis Data.....	48
E. Pengujian Keabsahan Data .....	49
F. Jadwal Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Pembahasan.....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>67</b>
A. Simpulan .....	67

B. Rekomendasi.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1 Tingkat Occupancy % Dari tahun 2018 - 2022.....	6
2 Revenue Sources Fave Hotel Braga Bandung Juli – Desember 2022 .....	7
3 Kerangka Pemikiran .....	38
4 Perbandingan Tingkat Occupancy Fave Hotel Braga Bandung Dengan Kompetitor Yang Lain Dari Bulan September – Desember 2022 .....	49

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1 Penelitian Sebelumnya.....	31
2 Jadwal Penelitian Proyek Akhir .....	49
3 Tabel Informan.....	50
4 Hasil Wawancara Dengan Informan 1 .....	50
5 Hasil Wawancara Dengan Informan 2 .....	52
6 Hasil Wawancara Dengan Informan 3 .....	55
7 Reduksi Data .....	58
8 Triagulasi Data .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Riwayat Hidup
2. Hasil Wawancara Partisipan
3. Content Plan
4. Surat Penerimaan Izin Penelitian
5. Surat Pertanyaan Telah Melakukan Wawancara Penelitian
6. Surat Pernyataan Telah Selesai Melakukan Penelitian
7. Daftar Bimbingan
8. Hasil Turnitin

## DAFTAR PUSTAKA

- Cinthya. (2020, Oktober 22). *Direct Marketing Adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya*. Diambil kembali dari accurate: <https://accurate.id/marketing-manajemen/direct-marketing-adalah/>
- Fadhlillah. (2021). *Stastik Hotel Dan Akomodasi Lainnya di Ide 2020*. Ide: Badan Pusat Statistik.
- fandy Tjiptono, P. D. (2020). *Pemasaran Strategik Edisi 4. Domain, Determinan, Dinamika*. Ide: ANDI .
- Ferrell, P. &. (2020). *Pemasaran Strategik Edisi 4 Domain, Determain, Dinamika* . Ide: ANDI.
- Hermawan, A. (2023, April 29). *27 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)* . Diambil kembali dari studi news: <https://www.studinews.co.id/pengertian-promosi-menurut-para-ahli/>
- Materi, A. (2023, April 19). *Materi Belajar* . Diambil kembali dari Pengertian Hotel Menurut Para Ahli - Karakteristik dan Jenis Jenis : <https://materibelajar.co.id/pengertian-hotel-menurut-para-ahli/>
- mtarget. (2023, 03 08). *ini 5 Strategi Direct Marketing yang relevan di Tahun 2023*. Diambil kembali dari mtarget: <https://mtarget.co/blog/strategi-direct-marketing/>
- Mubarok, I. (2021, 11 29). *Marketing Mix: Pengertian, Fungsi, dan Contoh Penerapannya*. Diambil kembali dari Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketing-mix/>



Periklanan, D. (2023, 02 23). *Direct Marketing: Pengertian, contoh, jenis, manfaat, kekurangan*. Diambil kembali dari Dunia Periklanan: <https://duniaperiklanan.id/direct-marketing/#:~:text=Direct%20marketing%20dapat%20digunakan%20untuk%20meningkatkan%20jumlah%20penjualan,mempromosikan%20produknya%20dengan%20tujuan%20melibatkan%20pelanggan%20secara%20langsung.>

Putri, V. K. (2023, Ide 31). *Definisi Direct Marketing Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/31/100000869/definisi-direct-marketing-menurut-para-ahli?page=all#page2>

Saladin. (2016, 10 1). *Bauran Promosi (Promotion Mix)*. Diambil kembali dari Ilmu Ekonomi: <https://www.ilmu-ekonomi-ide.com/2016/10/bauran-promosi-promotion-mix.html#:~:text=Bauran%20promosi%20%28promotion%20mix%29%20adalahbagian%20dari%20variabel%20marketing,antara%20iklan%2C%20penjualan%20pribadi%2C%20promosi%20penjualan%2C%20dan%20hungan>

thidi. (2022, 11 4). *Berbagai Jenis Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Pemasaran Produk*. Diambil kembali dari thidiweb: <https://thidiweb.com/bauran-promosi/>

Vierda, A. (2023, 02 17). *Teknik Analisis Data Kualitatif: Pengertian, Jenis, Contoh*. Diambil kembali dari Wiki Statistika:  
<https://wikistatistika.com/teknik-analisis-data/kualitatif/>

Yin, Prof. Dr. Robert K. 2008. *Studi Kasus Desain & Metode*. Depok: PT Rajagrafind Persada.

Zakawali, G. (2023, Desember 30). *9 Prediksi Tren Marketing 2023, Bisnis Dijamin Laris!* Diambil kembali dari store sirclo:  
<https://store.sirclo.com/blog/tren-marketing-2023/>