

ABSTRAK

ABRAHAM LIAM FEDRIK TAMPUBOLON. NIM 2019110079. Berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Menginap pada Hotel Sofyan Tebet Jakarta. Di bawah bimbingan Euis Widiati, SE, MM.

Latar belakang penelitian ini berdasarkan hasil pengamatan. Peneliti melihat adanya tingkat penjualan terhadap kamar tidak stabil, bauran pemasaran yang dilakukan belum maksimal salah satunya promosi kurang menarik perhatian, dan harga yang diberikan tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Identifikasi Masalah Penelitian ini adalah: (1) Tingkat penjualan terhadap kamar yang tidak tercapai, (2) Banyaknya pesaing di daerah sekitar Jl. Soepomo Tebet dan (3) Harga yang diberikan tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Bauran Pemasaran merupakan variabel bebas dan Minat Menginap merupakan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, analisis regresi linear sederhana dengan sample yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Hasil statistik terkait bauran pemasaran dan minat menginap menggunakan regresi linier berganda, dengan uji T, diolah menggunakan program *SPSS v.22.0 for Windows* dengan dengan hasil sig <0.05 artinya bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat menginap secara Parsial. Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: (1) penilaian konsumen tentang bauran pemasaran Hotel Sofyan masuk dalam kategori baik. (2) penilaian konsumen tentang minat menginap Hotel Sofyan Tebet Jakarta masuk dalam kategori Minat.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Menginap, dan Perhotelan.

ABSTRACT

ABRAHAM LIAM FREDRIK TAMPUBOLON. NIM 2019110079. Entitled The Influence of Marketing Mix on Interest to Stay at Hotel Sofyan Tebet Jakarta. Under the guidance of Euis Widiati, SE, MM.

The background of this research is based on the results of observations. Researchers see that there is an unstable level of sales of rooms, the marketing mix that has been carried out is not optimal, one of which is that promotions are less attractive, and the prices given are not in accordance with the facilities obtained. Identification of the problem of this research are: (1) The level of sales of rooms that are not achieved, (2) The number of competitors in the area around Jl. Soepomo Tebet and (3) The price given is not in accordance with the facilities obtained. Marketing Mix is the independent variable and Interest to Stay is the dependent variable. This study used a quantitative descriptive method, simple linear regression analysis with a sample taken of 100 respondents using the Simple Random Sampling technique. Statistical results related to the marketing mix and the intention to stay using multiple linear regression, with the T test, were processed using the SPSS v.22.0 for Windows program with a sig result of <0.05 meaning that the marketing mix has a partial effect on the intention to stay. The results of this study are as follows: (1) the consumer's assessment of the marketing mix of Sofyan Hotel is in the good category. (2) the consumer's assessment of the interest in staying at Sofyan Tebet Hotel Jakarta is included in the Interest category.

Keywords: Marketing Mix, Interest to Stay, and Hospitality.