

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI ASTON BANYUWANGI HOTEL
& CONFERENCE CENTER**

LAPORAN TUGAS AKHIR



**Oleh:
ECHA NOVYTA PERMATASARI
NIM.362093301011**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI ASTON BANYUWANGI HOTEL
& CONFERENCE CENTER**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Tugas Akhir Ini Dibuat dan Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan
Mencapai Gelar Sarjana Terapan (S.Tr.Par)

Oleh:

ECHA NOVYTA PERMATASARI

NIM.362093301011

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyelesaian Tugas Akhir tentunya tak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh cinta dan luapan syukur serta terimakasih, kupersembahkan karya sederhana ini untuk mereka yang sangat berarti dalam hidup saya :

1. Kedua orang tua penulis, Trisno Winardi dan Sri Isniah, adek-adek penulis, Dwi Ajeng Permadani, Dedek Adi Putra dan Muhammad Bagus Saputra, serta keluarga besar penulis yang telah memberikan segalanya baik kasih sayang, dukungan, bimbingan, motivasi dan doa-doa terbaik.
2. Guru-guru penulis dari SD Negeri 3 Kembiritan, SMP Negeri 4 Genteng, SMK 17 Agustus 1945 Genteng dan seluruh civitas akademika serta jajaran dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Banyuwangi atas segala ilmu dan bimbingannya sehingga penulis mampu meraih gelar S.Tr.Par.
3. Ibu Eka Afrida Ermawati S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing 1, Ibu Esa Riandy Cardias S.Par., M.Sc., selaku dosen pembimbing 2 yang selama ini telah banyak membantu penulis, memberikan bimbingan, arahan, motivasi, semangat serta menjadi inspirasi bagi penulis agar menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
4. *Sales & Marketing Department* Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center yang telah memberi kesempatan saya untuk penelitian di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center.
5. Teman-teman satu perjuangan yang menjadi semangat yaitu Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata khususnya Angkatan 2020 dan MBP 4A. Terimakasih telah berbagi ilmu dari semester awal hingga akhir, dan saling menguatkan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
6. Sahabatku sejak sekolah di SMP hingga saat ini yang lagi merantau ke negeri orang terimakasih yang masih setia menemani, mendukung, mendoakan selalu menguatkan yaitu Bella Sapitri di Singapore, Nur Afandi di Polandia, Bogie Ahmad di Bali dan Siti Yohanita di Banyuwangi. Tanpa semangat dari kalian tidak akan sampai dititik ini.
7. Sahabatku dari kuliah hingga saat ini, Cinta Aprilina Putri, Nanda Putri Alivia yang selalu menemani dari awal masuk kuliah hingga sampai dititik ini. Terimakasih atas semangat, bantuan, supportnya dan semoga selalu diberikan kesehatan, lancar rejekinya

selalu, dperlancarkan, dipermudahkan segala urusannya. Semangat untuk aku dan kalian semuanya love you gaes.

8. Seluruh ucapan terimakasih sekaligus penghargaan untuk semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

HALAMAN MOTTO

“Ambillah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakan”

(Nabi Muhammad SAW)

“Tetaplah menjadi kebanggaan semua orang dimanapun berada, jadilah orang baik, jaga tutur kata, perilaku, sopan santun, agar kelak menjadi orang sukses dan dilihat oleh banyak orang kalau kamu orang yang berguna. Berjuanglah, buktikan terus agar tidak lagi dihina, apakah anak dari seorang tembel ban dan penjual kue basah bisa sampai Sarjana”

(Orang tuaku tercinta, Trisno Winardi, Sri Isniah)

“Semua orang memiliki kemampuan dan keunikan yang berbeda, semua orang memiliki kesempatan bisa dan sukses, semua orang berhak memiliki kebahagiaan sesuai dengan yang diinginkan. Hanya saja, apa yang diinginkan dan dicita-citakan bukan bagaimana kita mengandalkan orang lain tapi bagaimana kita mengandalkan diri sendiri dan percaya diri sendiri, SAYA PASTI BISA”

(Penulis)

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Echa Novyta Permatasari

NIM : 362093301011

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Judul Laporan TA : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Mneginap di Aston
Banyuwangi Hotel & Conference Center

Pada hari Selasa tanggal 30 April 2024 telah selesai diuji oleh tim penguji TA dan menyatakan dengan sebenarnya bahwa saya sanggup menyelesaikan Tugas Akhir dan menyerahkan laporan Tugas Akhir yang ditelah dijilid rapi sebanyak yang dibutuhkan, paling lambat 4 (minggu) terhitung mulai jadwal siding akhir TA.

Apabila sampai batas waktu yang telah disepakati belum dapat menyerahkan laporan tersebut, saya sanggup menerima sanksi akademik berupa siding ulang Tugas Akhir sesuai peraturan yang berlaku di Politeknik Negeri Banyuwangi,

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan penuh tanggung jawab.

Banyuwangi, 30 April 2024

Yang membuat pernyataan,



(Echa Novyta Permatasari)

NIM. 362093301011

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI ASTON BANYUWANGI HOTEL
& CONFERENCE CENTER

Tugas Akhir disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) Program Studi D-IV Manajemen Bisnis
Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi

Oleh :

ECHA NOVYTA PERMATASARI

NIM. 362093301011

Tanggal Ujian : 30 APR 2024

Menyetujui,

Pembimbing 1	: Eka Afrida Ermawati S.Pd., M.Pd	(.....)
Pembimbing 2	: Esa Riandy Cardias S.Par., M.Sc	(.....)
Penguji 1	: Ahmadintya Anggit Hanggraito S.A.B., M.Sc	(.....)
Penguji 2	: Ayu Wanda Febrian S.Par., M.B.A	(.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Pariwisata



Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M

NIP. 198912262018031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi D-IV Manajemen
Bisnis Pariwisata



Ahmadintya Anggit Hanggraito S.A.B., M.Sc

NIP. 19900614202031003

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI ASTON BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER

Nama Mahasiswa : Echa Novyta Permatasari
NIM : 362093301011
Dosen Pembimbing : 1. Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd
2. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc

ABSTRAK

Tingkat *occupancy room* di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center dari Tahun 2018 sampai dengan 2023 mengalami fluktuatif. Terhitung dari 2018 ke tahun 2023 meningkat di *last room* nya dari 20.921 menjadi 33.865 penjualan kamar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan menginap di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah nilai Fhitung sebesar 97,472 dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar $97,473 > F_{tabel} 1,35$. Advertising (X1), Personal Selling (X2), Sales Promotion (X3), Public Relation (X4) dan Direct Marketing (X5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Keputusan Menginap (Y) dan diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 diterima, Dimana Advertising (X1), Personal Selling (X2), Sales Promotion (X3), Public Relation (X4) dan Direct Marketing (X5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y).

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Menginap, Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL MIX ON THE DECISION TO STAY AT ASTON BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER

Student Name : Echa Novyta Permatasari
NIM : 362093301011
Supervisor : 1. Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd
2. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc

ABSTRAK

The room occupancy rate at the Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center from 2018 to 2023 is fluctuating actively. Starting from 2018 to 2023, last room sales increased from 20,921 to 33,865 room sales. The aim of this research is to determine the influence of the promotional mix on the decision to stay at the Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center. This study uses a quantitative approach. The result of this research is an Fcount value of 97.472 with a significance value of 0.000. Based on these values, it can be seen that the Fcount value is $97.473 > F_{table} 1.35$. Advertising (X1), Personal Selling (X2), Sales Promotion (X3), Public Relations (X4) and Direct Marketing (X5) together or simultaneously influence the Stay Decision (Y) and it is known that the significance value is $0.000 < 0,05$. So it can be interpreted that H_6 is accepted, where advertising (X1), personal selling (X2), sales promotion (X3), public relations (X4) and direct marketing (X5) together or simultaneously have a significant effect on the decision to stay (Y).

Keywords: Promotional Mix, Decision to Stay, Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karuna-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menginap di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center” yang diajukan guna memenuhi syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Banyuwangi. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik, diantaranya :

1. Bapak Muhammad Sofi’ul Amin selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi
2. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito S.A.B., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata sekaligus Koordinator Tugas Akhir Manajemen Bisnis Pariwisata
3. Ibu Eka Afrida Ermawati S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Esa Riandy Cardias S.Par., M.Sc selaku dosen pembimbing 2, yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, bimbingan dan selalu memberikan motivasi selama Tugas Akhir berlangsung
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito S.A.B., M.Sc selaku dosen penguji 1 dan Ibu Ayu Wanda Febrian S.Par., M.B.A selaku dosen penguji 2, yang senantiasa memberikan masukan berupa kritik dan saran dalam penyempurnaan Tugas Akhir sehingga penelitian ini menjadi jauh lebih baik
5. Seluruh respon yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah bersedia memberikan waktunya serta kooperatif selama proses menjawab kuesioner secara *online* dan *offline*
6. Ibu, Ayah dan Adik penulis serta orang-orang tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan material selama ini
7. Seluruh pihak yang turut membantu dalam proses penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Tuhan senantiasa memberikan keberkahan

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan sederhana ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRAK</i>	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Batasan Masalah	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teoris	7
2.1.1 Pengertian Hotel	7
2.1.2 Klasifikasi Hotel	7
2.1.3 Pengertian Promosi.....	9
2.1.4 Pengertian Bauran Promosi	9
2.1.5 Indikator Bauran Promosi.....	10
2.1.6 Keputusan Pembelian	11
2.1.7 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Pendekatan Penelitian	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Instrumen Penelitian	22

3.5	Teknik Populasi dan Sampel	23
3.6	Definisi Operasional.....	25
3.7	Teknik Analisis	27
3.8	Kerangka Pemikiran	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.2	Pembahasan	36
4.2.1	Gambaran Umum Responden	36
4.2.2	Jenis Kelamin.....	36
4.2.3	Usia Responden.....	36
4.2.4	Daerah Asal	37
4.2.5	Pekerjaan Responden	37
4.2.6	Aktivitas Tamu Saat Menginap	37
4.3	Hasil Uji Instrumen	38
4.3.1	Uji Validitas.....	38
4.3.2	Uji Reliabilitas	39
4.3.3	Uji Normalitas.....	40
4.3.4	Uji Multikolonieritas.....	40
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.4	Uji Hipotesis.....	42
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.4.2	Koefisien Korelasi Berganda	44
4.4.3	Analisis Koefisiesn Determinasi (R^2)	44
4.4.4	Hasil Uji T (Uji Parsial)	45
4.4.5	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	46
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
BAB 5 PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.1	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN.....		59
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian		59
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....		63
Lampiran 3. Data Primer Variabel Advertising (X1).....		71
Lampiran 4. Data Primer Variabel Personal Selling (X2)		73

Lampiran 5. Data Primer Variabel Sales Promotion (X3)	75
Lampiran 6. Data Primer Variabel Public Relation (X4)	77
Lampiran 7. Data Primer Variabel Direct Marketing (X5)	79
Lampiran 8. Data Primer Variabel Keputusan Menginap (Y)	81
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data	85
Lampiran 10. Dokumentasi.....	93
Lampiran 11. Biodata Penulis.....	95

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hotel di Banyuwangi Tahun 2018 - 2021	1
Tabel 1. 2 <i>Forecast Room Occupancy</i>	2
Tabel 1. 3 <i>Montly Report Hotel Direct Compititor</i>	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Pemberian Skor Penilaian pada Skala <i>Likert</i>	23
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	26
Tabel 3. 3 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Aktivitas Tamu Menginap	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolonieritas	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Koefisiesn Korelasi Berganda	44
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Uji Simultan)	47

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Hipotesis	19
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. 1 Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center	35

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Karakteristik Responden	63
Lampiran 3. Data Primer Variabel Advertising (X1)	71
Lampiran 4. Data Primer Variabel Personal Selling (X2).....	73
Lampiran 5. Data Primer Variabel Sales Promotion (X3).....	75
Lampiran 6. Data Primer Variabel Public Relation (X4)	77
Lampiran 7. Data Primer Variabel Direct Marketing (X5)	79
Lampiran 8. Data Primer Variabel Keputusan Menginap (Y).....	81
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data	85
Lampiran 10. Dokumentasi.....	93
Lampiran 11. Biodata Penulis	95

---Halaman ini sengaja dikosongkan---