

**PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP HASIL  
PENJUALAN JASA INAP  
PADA HOTEL SANTIKA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan  
Melengkapi Sebagian Syarat- syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

*Oleh :*

**NOVI IKAWATI**

**NIM : 95410008**  
**NIRM : 953123340250009**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2001**

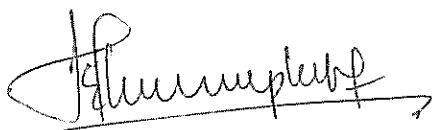
## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NOVI IKAWATI  
NIM : 95410008  
NIRM : 953123340250009  
URUSAN : MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP  
HASIL PENJUALAN JASA INAP PADA  
HOTEL SANTIKA BANDUNG

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan di hadapan panitia ujian  
skripsi,

Mengetahui

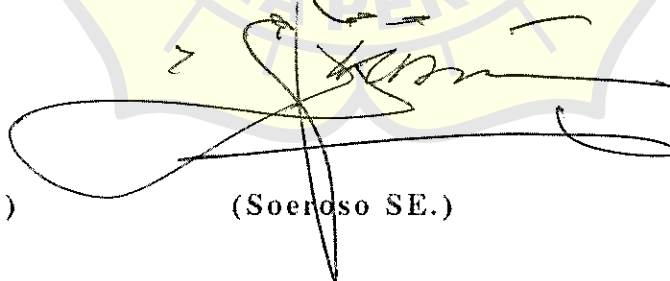
Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Endang Tri Pujiastuti)

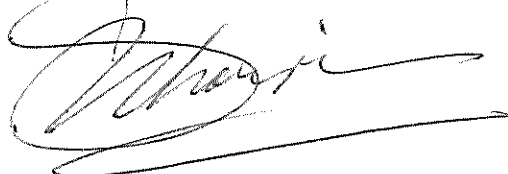
Mengetahui

Pembimbing Materi (I)



(Soeroso SE.)

Pembimbing Teknis (II)



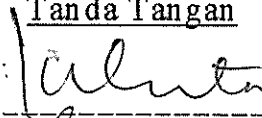
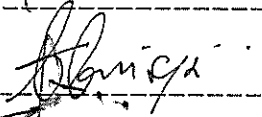
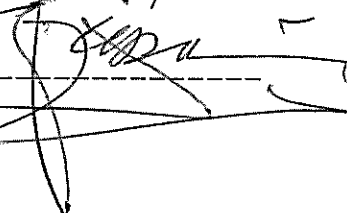
(Sukardi SE.)

## LEMBAR PENGESAHAN

MA : NOVI IKAWATI  
M : 95410008  
RM : 9531233340250009  
RUSAN : MANAJEMEN  
NSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
DUL SKRIPSI : PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP  
HASIL PENJUALAN JASA INAP  
PADA HOTEL SANTIKA BANDUNG

ah di ujikan di hadapan panitia penguji tanggal 22 Agustus 2001

itia Penguji Skripsi :

<u>Nama</u>	<u>Jabatan</u>	<u>Tanda Tangan</u>
Drs. Suharto Rahman, MS	Ketua	
Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	
Drs. Soeroso	Anggota	

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novi Ikawati

Nim : 95410008

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul:

“PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP HASIL PENJUALAN JASA INAP PADA HOTEL SANTIKA BANDUNG” dibawah bimbingan Bapak Soeroso SE., benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari karya orang lain, apabila dikemudian hari diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2001

Yang menyatakan

(Novi Ikawati)

## ABSTRAKSI

Novi Ikawati 950410008/ 953123340250009

Pengaruh Periklanan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap Pada Hotel Santika Bandung

X + 76 halaman, 7 Lampiran yang terdiri dari 1 Bagan Struktur Organisasi, 1 Bagan Strategi Dorong dan Strategi Tarik, 8 Kuisisioner

**Kata Kunci:** Pengaruh Periklanan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap Pada Hotel Santika Bandung.

**Alasan dan Tujuan Penelitian:** Penelitian bertujuan mengumpulkan dan menganalisis data yang digunakan untuk menyusun karya ilmiah yang berbentuk skripsi.

**Metode Penelitian:** Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan riset langsung kelapangan, tinjauan perpustakaan dan kuisisioner.

**Hasil Penelitian:** Promosi periklanan yang digunakan terhadap Hotel Santika Bandung berpengaruh kuat dan menyatakan hasil yang positif terhadap volume jasa inap pada hotel. Dari data analisis melalui perhitungan Analisa Koefisien Korelasi didapatkan  $r=0.518$  artinya nilai  $r$  mendekati 1 yang menyatakan hubungan biaya periklanan terhadap volume jasa inap hotel sangat kuat dan positif. Sedangkan perhitungan Koefisien Penentu didapatkan  $r^2= 0.268 (=27\%)$  artinya sumbangan biaya iklan terhadap volume penjualan kamar adalah 0.27 atau 27% dan sisanya 73% disebabkan faktor promosi yang lain.

Terakhir melalui Analisis Regresi Linear didapatkan nilai  $a= 582.03$  dan  $b=16.88$  artinya setiap ada kenaikan biaya iklan 1%, hasil penjualan pun ikut naik 16.88%. Hasil dari promosi periklanan yang dilakukan Hotel Santika Bandung memperlihatkan hasil (dalam jutaan rupiah) baik bagi penjualan kamar yaitu tahun 1995 diperoleh Rp. 2.116,88 tahun 1996 diperoleh Rp. 5.809,26 tahun 1997 diperoleh Rp. 2.902,72 tahun 1998 diperoleh Rp. 2.463,42 dan tahun 1999 diperoleh Rp. 2.446,56. Data menunjukkan pendapatan hotel beranjak naik hal ini menunjukkan adanya loyalitas dari pelanggan disertai adanya peran daripada promosi terutama periklanan yang efektif sehingga dapat memperkecil nilai kerugian dengan adanya kenaikan penjualan jasa inap kamar.

**Kesimpulan dan Saran:** Promosi periklanan yang dilakukan oleh Hotel Santika Bandung sudah baik, hal ini dapat dilihat dari pengaruh periklanan tersebut. Masukan saran untuk Hotel Santika adalah membuat periklanan selektive, dengan menampilkan bangunan dan interior hotel disertai dengan alam kota Bandung, yang dibuat semenarik mungkin. Sehingga dapat menampilkan iklan terlihat berbeda dari iklan hotel lainnya.

Daftar Acuan 10 (1994 -1999)

## KATA PENGHANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat berupa hikmat, kasih dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis tidak lepas dari kesulitan dan hambatan baik dari segi waktu, pengumpulan data dan sebagainya. Namun berkat kerja keras dan kesabaran disertai dengan dorongan dan bantuan dari semua pihak segala hambatan dan kendala yang ada dapat teratasi dengan baik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Prof WD. Sukisman, selaku Rektor Universitas Darma Persada
2. Bapak Drs., Shanti Danu, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
3. Ibu Dra., Endang Tri Pujiastuti, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
4. Bapak Soeroso SE., selaku Pembimbing Materi Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah meluangkan waktu dan kesabarannya dengan memberikan keterangan dan petunjuk yang berkenaan dengan pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Sukardi SE., selaku Pembimbing Teknis Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah meluangkan waktu dan kesabarannya dengan memberikan keterangan dan petunjuk yang berkenaan dengan pembuatan skripsi ini.
6. Untuk Papa dan Mama juga untuk Daniel, Dina dan Septian yang dengan penuh kasih memberikan dorongan dan doanya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Agus Hidayat, selaku Manajer Human Resources Departemen dan para Staf Hotel Santika Bandung yang telah memberikan banyak bantuan berupa waktu dan pemberian data yang mengenai pembuatan skripsi ini.
8. Bapak Hengki Manurung, selaku staf Divisi Pariwisata Hotel di Departemen Pariwisata yang telah membantu berupa waktu dan pemberian data yang mengenai pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan seluruh staf Perpustakaan Universitas Darma Persada yang telah memberi bantuan bagi penulis berupa data dan referensi buku.
10. Untuk sahabat- sahabatku : Titus, Niki, Wan-la, Lauren, Aching, Emma, Elsie, Jimmy, Yoga dan seluruh teman- teman

di KSKK dan di Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dorongan, doa dan motivasi kepada penulis.

11. Juga untuk semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, untuk dorongan motivasi dan doanya.

Untuk semuanya ini penulis mengucapkan terima kasih yang ebesar- besarnya semoga kasih dan sukacita Allah memberkati semua orang yang telah membantu. Penulis berharap semoga skripsi ini lapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada.

Tuhan Memberkati

Jakarta, Agustus 2001  
Penulis

(Novi Ikawati)



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGHANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Hipotesa.....	5
E. Manfaat dan Tujuan Penelitian.....	5
F. Metode Penelitian .....	6
G. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Manajemen.....	10
B. Pengertian Pemasaran .....	11
C. Pengertian Jasa .....	12
D. Pengertian Bauran Pemasaran .....	14
E. Pengertian Bauran Promosi .....	15
F. Misi dan Tujuan .....	23
G. Perencanaan Strategi Bisnis.....	24
H. Perencanaan Rencana Promosi Atau Strategi Promosi .....	26

I.	Teori Dan Alat- alat Statistik .....	27
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
A.	Sejarah Singkat Hotel Santika Bandung .....	30
B.	Fasilitas Yang Terdapat di Hotel Santika Bandung .....	34
C.	Struktur Organisasi Perusahaan .....	38
D.	Uraian Tugas .....	40
E.	Kegiatan- kegiatan Hotel Santika Bandung .....	45
F.	Segmentasi Pasar .....	50
G.	Misi dan Tujuan .....	52
H.	Perencanaan Strategi Bisnis .....	53
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN DAN ANALISIS</b>	
A.	Pembahasan Alat-alat Promosi .....	55
B.	Analisa Koefisien Korelasi Linear .....	58
C.	Analisa Koefisien Penentu .....	61
D.	Analisa Hasil Perhitungan .....	72
<b>Bab V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN- SARAN</b>	
A.	Kesimpulan .....	74
B.	Saran-saran .....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

# BAB I

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak keunikan alam dan kekhasan budaya yang berbeda-beda. Hal itu membuat Perkembangan Produk Pariwisata Indonesia mampu berkembang dengan baik, salah satunya dapat dilihat dari peningkatan jumlah hotel bintang di seluruh Indonesia sampai dengan tahun 2000 sebanyak 868 buah dengan jumlah kamar sebanyak 93.705 buah. (lampiran 5).

Jika dilihat dari segi lokasi penyebaran hotel bintang di seluruh Indonesia pada tahun 2000, propinsi Jawa Barat adalah yang paling banyak terdapat hotel Bintang yaitu 124 hotel (14.29%) dengan jumlah kamar 10.626 buah (11.34%). Kemudian disusul Propinsi Bali dengan jumlah 123 hotel (14.17%) dan jumlah kamar sebanyak 22.660 (24.18%). Sedangkan pada ranking ketiga adalah DKI Jakarta dengan jumlah 114 hotel (13.13%) dan jumlah kamar yang tersedia 22.458 buah (29.97%) (lihat lampiran 5).

Selain memberi devisa untuk negara, manfaat dari perkembangan pariwisata juga dirasakan oleh masyarakat sekitarnya terutama untuk perbaikan taraf hidup yang berkeadilan sosial.

Tabel I.1  
Perolehan Devisa  
Dari 15 Negara Pasar Utama Indonesia 1997

No	Negara Asal	Kunjungan Wisatawan	%	Perolehan Devisa (US\$)	%
1	Singapura	1,376,377	27	886,937,338.80	19
2	Jepang	706,942	14	802,577,113.76	17
3	Australia	539,156	10	644,129,673.20	14
4	Malaysia	481,713	9	418,631,797.36	9
5	Taiwan	404,929	8	398,877,632.50	9
6	Korea	246,307	5	219,917,668.02	5
7	Jerman	185,976	4	228,153,497.04	5
8	Amerika S.	171,707	3	256,423,799.66	5
9	Belanda	144,622	3	199,738,890.42	4
10	Inggris	142,161	3	167,081,823.30	4
11	Perancis	107,847	2	141,962,368.34	3
12	Hongkong	103,450	2	102,335,845.50	2
13	Italia	67,802	1	92,205,295.34	2
14	Philipina	50,925	1	47,464,137.00	1
15	Swiss	30,188	0.6	34,426,093.32	1
<b>Jumlah</b>		<b>4,760,102</b>	<b>100</b>	<b>4,640,862,974.06</b>	<b>100</b>

Sumber : Ditjen Pariwisata

Dari sumber Kantor Meneg Parseni Jumlah rencana penyebaran tenaga kerja tahun 1999, tercatat akan menyerap tenaga kerja sebanyak 10.268 orang yang terdiri dari tenaga kerja Indonesia dan tenaga kerja asing.

Ditinjau dari 27 propinsi di Indonesia yang paling banyak akan menyerap tenaga kerja adalah propinsi Bali, yaitu sebanyak 4.916 orang yang terdiri dari 4.845 orang tenaga kerja Indonesia dan 71 orang tenaga kerja asing. Kemudian Propinsi Jawa Barat sebanyak 1.151 orang yang terdiri dari 1.133 orang tenaga kerja Indonesia dan 18 orang tenaga kerja asing.

Dari data yang ada dapat disimpulkan perkembangan Industri Pariwisata di Indonesia sudah maju yang dapat memberikan dampak *Multiplier effect* yaitu, memberikan dampak bagi negara berupa penerimaan devisa , bagi daerah yaitu pendapatan daerah dan juga bagi masyarakat sekitar yaitu peningkatan taraf hidup yang lebih baik.

Namun pada kenyataannya di tahun 1997 kepariwisataan di Indonesia mengalami masa- masa sulit, stagnasi bahkan cenderung menurun; hal ini disebabkan bencana alam akibat kebakaran hutan, berjangkitnya wabah penyakit dan kerusakan di beberapa kota besar. Keadaan ini menyebabkan belum pulihnya stabilitas ekonomi, sosial dan politik Indonesia sampai saat ini.

Akibatnya krisis ekonomi di Indonesia, disatu pihak telah menurunkan daya beli wisatawan Nusantara, sehingga keinginan untuk melakukan perjalanan wisatawan pun menurun tajam. Dipihak lain sebagai pemberitaan yang merugikan dan tidak proposional tentang situasi dalam negeri Indonesia di Media Asing, telah menyebabkan Citra Indonesia termasuk Citra Pariwisata Indonesia menjadi merosot dan berdampak pada pembatalan dan penundaan perjalanan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Apabila keadaan ini dilihat dari kacamata Manajer Pemasaran suatu hotel berbintang adalah merupakan hambatan dan kendala yang besar, karena jumlah hotel pada saat ini sangat banyak belum lagi rencana investasi pembangunan hotel dimasa yang akan datang. Sementara itu setiap hotel dituntut harus menjual

produk utamanya yaitu jasa penginapan semaksimal mungkin karena jika tidak hotel tersebut akan menderita kerugian yang cukup besar.

Sebagai fokus objek penelitian penulis menempatkannya di Hotel Santika Bandung. Di propinsi Jawa Barat terlihat pada data di lampiran 5, terdapat paling banyak hotel berbintang. Namun jika dilihat dari banyak cabang Hotel Santika dan keberadaan Hotel Santika Bandung sampai saat ini. Itu menunjukkan keberhasilan dan kemajuan operasional pemasaran yang dilandasi dengan manajemen yang baik dari Hotel Santika. Untuk mengamatinya penulis mengangkat sebuah tema sekaligus judul dari makalah ini yaitu : “Pengaruh Periklanan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap Di Hotel Santika Bandung”

#### Perumusan Masalah

Perumusan masalah didalam makalah ini yaitu :

1. Bagaimana hubungan Biaya Periklanan yang dikeluarkan Terhadap Hasil Penjualan Kamar di Hotel Santika Bandung ?
2. Bagaimanakah pengaruh dari Periklanan yang Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap Pada Hotel Santika Bandung ?

#### Batasan Masalah

Batasan Masalah yang akan kemukakan adalah mengenai :

1. Biaya bauran Periklanan yang akan dianalisis oleh penulis hanya satu yaitu :
  - o Periklanan (Advertensi)

2. Dari sekian banyak produk jasa (intangibility) juga produk jadi (tangibility) yang di jual oleh Hotel dalam hal ini penulis hanya memfokuskan pada “Peranan dari Periklanan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap Hotel”.

## D. Hipotesa

Jika Periklanan dilakukan secara efektif dengan cara memperhatikan urutan periklanan dengan melihat target sasaran dan jangkauan maka periklanan akan mempunyai hubungan yang positif tapi apabila dilakukan sebaliknya, diduga Periklanan mempunyai hubungan yang negative atau tidak mempunyai hubungan terhadap pengaruh hasil penjualan jasa inap pada Hotel Santika Bandung

## E. Manfaat Dan Tujuan Penelitian

### 1. Manfaat Penelitian

Disamping untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, manfaat lain dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu menerapkan kebijaksanaan pemasaran khususnya dibidang promosi agar dapat lebih efektif didalam pelaksanaannya.
- b. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperolehnya dari bangku kuliah kedalam situasi praktek nyata pada perusahaan.

- c. Bagi Universitas, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu refresensi bagi mahasiswa yang ingin mempelajari masalah- masalah pemasaran terutama mengenai kegiatan promosi.

## 2. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui hubungan biaya promosi terhadap hasil penjualan kamar di Hotel Santika Bandung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dari Periklanan yang digunakan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Irap di Hotel Santika Bandung.

## Metode Penelitian

### 1. Metode Pengumpulan Data

Sumber-sumber pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Adalah penelitian yang memperoleh kata ilmiah yang diperlukan dengan cara membaca dan mempelajari literature yang berhubungan dengan judul tulisan dan permasalahan dengan penyelesaian karya tulis ini.

- b. Penelitian Lapangan (*field research*)

Adalah penelitian yang langsung dilakukan dilapangan (Objek yang diteliti) guna pengumpulan data- data yang diperlukan dengan cara:

- 1) Wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan untuk memberikan keterangan- keterangan yang berguna.
- 2) Penelitian dengan menggunakan kuisisioner adalah penelitian yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan- pertanyaan.

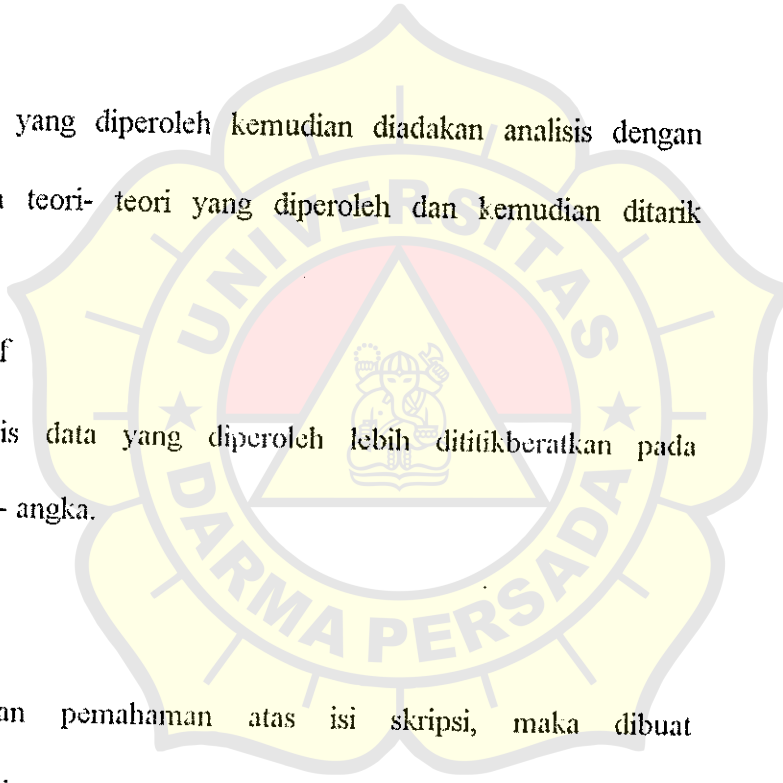
## 2. Teknik analisa data

### a. Analisa Kualitatif

Yaitu data- data yang diperoleh kemudian diadakan analisis dengan berdasarkan pada teori- teori yang diperoleh dan kemudian ditarik kesimpulan

### b. Analisis Kuantitatif

Yaitu menganalisis data yang diperoleh lebih dititikberatkan pada perhitungan angka- angka.



## 3. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman atas isi skripsi, maka dibuat pembabakan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dibahas secara umum mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, hipotesa, manfaat dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Pada bab ini penulis mencoba menguraikan teori tentang hal-hal yang berhubungan dengan penelitiannya mengenai pengertian: manajemen, pemasaran dan bauran pemasaran, bauran promosi, misi dan tujuan perusahaan, perencanaan strategi promosi juga teori dan alat-alat statistik.

**BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis menyajikan data berupa sejarah singkat Hotel Santika Bandung, fasilitas yang dimiliki, struktur organisasi, kegiatan-kegiatan Hotel Santika Bandung dan segmentasi pasar.

**BAB IV : PEMBAHASAN MASALAH**

Pada bab ini dibahas cara menganalisa masalah pokok dari skripsi ini yaitu: pembahasan alat-alat promosi, analisa koefisien korelasi linear, analisa koefisien penentu, analisa regresi linear dan analisa hasil perhitungan.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN- SARAN

Pada bab terakhir ini penulis menyimpulkan dari apa yang telah dikemukakan pada bab- bab yang terdahulu. Kemudian penulis menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat berguna atau bermanfaat bagi peranan perusahaan dimasa yang akan datang khususnya tentang “Pengaruh Periklanan Terhadap Hasil Penjualan Jasa Inap“.

