

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan-Nya. Saya telah menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Strategi Marketing Hotel Harris Bundaran Satelit Surabaya yang efektif untuk meningkatkan pendapatan dan tingkat hunian kamar. Skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) di Universitas STIE Mahardhika Surabaya. Terciptanya karya ini tidak lengkap tanpa bimbingan, dorongan dan doa dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Ir. H. Sundjoto, MM selaku ketua STIE Mahardhika dan Ibu Dr. Wulandari Harjanti.,S.Sos.SE.,MM Selaku pembimbing skripsi di STIE Mahardhika.
2. Kepada segenap pemimpin, Staff pengajar dan staff administrasi STIE Mahardhika.
3. Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, terima kasih atas doa dan motivasi yang diberikan sebagai dorongan yang besar dalam menyelesaikan pendidikan ini.
4. Kepada Bapak Agusantiko Setyonugroho Selaku HRD Harris Bundaran Satelit Surabaya dan seluruh pegawai Harris Bundaran Satelit Surabaya yang membantu, dan memberikan data penelitian yang dibutuhkan.

5. Saya mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan atas dukungan dan bantuannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Selama penulis menyadari banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterampilan dan pengetahuan penulis. Penulis membuka ruang berupa komentar, kritik dan saran guna perbaikan dalam menyelesaikan karya ini, dan semoga karya ini bermanfaat dan memperkaya pemikiran penulis.

## PRAKATA

Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana ekonomi (S.E) pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada Dr. Ir. H. Sundjoto.,MM selaku ketua STIE Mahardhika dan kepada Dr. Wulandari Harjanti.,S.Sos.SE.,MM dan Dr. Hj. Sri Rahayu,SE.,MM selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing serta diskusi yang dilakukan dengan meneliti. Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada General Manager Hotel Harris Bundaran Satelit Surabaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua atas doa dan dorongan yang diberikan selama penelitian ini. Skripsi ini jauh dari sempurna, walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Surabaya, 30 Oktober 2020

Peneliti

ARDIANSYAH

## ABSTRAK

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mempelajari dan menganalisa faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh penting dalam mencapai tingkat pelayanan kepuasan tamu, dengan menerapkan strategi marketing yang terdiri dari segmentasi, target dan posisi pasar dalam meningkatkan pangsa pasar Hotel Harris Bundaran Satelit Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan penyebaran kuesioner sebagai sample dan didapat 86 orang responden. Analisis teknik yang dipakai menggunakan analisis tabel tunggal dan analisis SWOT. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, kuesioner, dan teknik dokumentasi.

Analisis data yang digunakan adalah Analisis tabel tunggal, Analisis SWOT, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terdiri atas segmentasi, target dan posisi pasar secara bersama-sama mempengaruhi pangsa pasar Hotel Harris Bundaran Satelit Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang tepat sasaran dan penjualan citra dari perusahaan dalam menawarkan suatu produk dan jasa sangat berpengaruh terhadap suatu penilaian di masyarakat terkait tingkat pelayanan kepuasan tamu.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Segmentasi, Target, Posisi.

## DAFTAR ISI

### Halaman

#### **BAB I Pendahuluan**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3

#### **BAB II Tinjauan Teoritis**

2.1 Komunikasi .....	4
2.2 Tujuan Komunikasi.....	4
2.3 Fungsi Komunikasi.....	5
2.4 Proses Komunikasi .....	5
2.5 Unsur-unsur Komunikasi .....	6
2.6 Strategi Pemasaran.....	7
2.7 Teori Motivasi.....	19
2.8 Teori AIDDA.....	20
2.9 Kerangka Konsep.....	21
2.10 Variabel Penelitian .....	22
2.11 Definisi Operasional .....	23

### **BAB III Metode Penelitian**

3.1 Lokasi Penelitian .....	25
3.2 Metode Penelitian .....	30
3.3 Populasi Dan Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5 Tahap Analisis.....	33

### **BAB IV Hasil Dan Pembahasan**

4.1 Pelaksanaan Penelitian.....	36
4.2 Analisis Tabel Tunggal .....	36
4.3 Analisis SWOT .....	51
4.4 Tahap Pengumpulan Data.....	59
4.5 Tahap Pengambilan Keputusan .....	63
4.6 Analisis SWOT Hotel Harris Bundaran Satelit .....	63
4.7 Tabel Analisis SWOT Hotel Harris Bundaran Satelit.....	66
4.8 Cara Menyusun Formula Strategi.....	68
4.9 Pemilihan Alternatif Strategi .....	71
4.10 Pembahasan.....	73

### **BAB V Penutup**

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	79

<b>Kuesioner</b> .....	80
------------------------	----

<b>Daftar Pustaka</b> .....	82
-----------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.10 : Variabel Penelitian .....	22
Tabel 3.1 : Tarif Kamar .....	26
Tabel 3.2 : Tarif Sewa Ruang Convention Center .....	28
Tabel 3.3 : Harga Paket Meeting .....	29
Tabel 3.4 : Harga Pusat Kebugaran.....	29
Tabel 3.5 : Harga Laundry and Dry Clean.....	30
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 : Umur Responden.....	37
Tabel 4.3 : Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.4 : Penghasilan Responden .....	38
Tabel 4.5 : Frekuensi Menginap.....	39
Tabel 4.6 : Tujuan Menginap .....	40
Tabel 4.7 : Status Menginap .....	40
Tabel 4.8 : Periode Menginap .....	41
Tabel 4.9 : Lokasi Hotel .....	41
Tabel 4.10 : Tingkat Keamanan Hotel.....	42
Tabel 4.11 : Tingkat Kebersihan Area Hotel.....	42
Tabel 4.12 : Tata Ruangan Area Hotel.....	43
Tabel 4.13 : Kebersihan Kamar .....	43
Tabel 4.14 : Kerapian Kamar .....	44
Tabel 4.15 : Kenyamanan Kamar .....	44
Tabel 4.16 : Kebutuhan Tamu.....	45

Tabel 4.17 : Kelengkapan Fasilitas Hotel.....	45
Tabel 4.18 : Pelayanan Hotel.....	46
Tabel 4.19 : Keramahan Staff .....	46
Tabel 4.20 : Cita Rasa Menu Masakan .....	47
Tabel 4.21 : Harga .....	47
Tabel 4.22 : Kenyamanan Menginap .....	48
Tabel 4.23 : Kebutuhan yang terlayani.....	48
Tabel 4.24 : Pengalaman menginap sesuai dengan keinginan .....	49
Tabel 4.25 : Fasilitas Hotel sesuai promosi.....	49
Tabel 4.26 : Promosi yang dilakukan .....	50
Tabel 4.27 : Promosi perlu ditambah .....	50
Tabel 4.7 : Tabel Analisis SWOT .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Diagram Proses Analisis .....	32
Gambar 3.2 : Diagram Matriks SWOT .....	34
Gambar 3.3 : Diagram Analisis SWOT.....	35
Gambar 4.1 : Diagram Analisis SWOT.....	56
Gambar 4.2 : Diagram Kerangka Formulasi Strategis.....	58
Gambar 4.3 : Contoh Tabel Strategi Eksternal.....	60
Gambar 4.4 : Contoh Tabel Strategi Internal.....	62