

## ABSTRAK

Hotel mengakomodasi orang-orang untuk menginap dan bersantai saat berkunjung ke tempat wisata atau untuk keperluan bisnis. Seiring berkembangnya dunia pariwisata di Indonesia, bisnis perhotelan pun juga semakin tumbuh dan berkembang. Hal itu bisa dilihat dengan meningkatnya jumlah hotel yang ada di Indonesia, termasuk di Kota Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis penerapan bauran komunikasi pemasaran yaitu *telemarketing* dan *personal selling* pada Nexa Hotel. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian direduksi, selanjutnya dilakukan data display serta dilakukan verifikasi.

Hasil dari penelitian ini secara deskriptif menggambarkan penerapan komunikasi pemasaran yaitu *telemarketing* dan *personal selling* di Nexa Hotel. Secara umum penerapan *telemarketing* dan *personal selling* di Nexa Hotel telah sesuai dengan teori *In-bound Telemarketing*, *Out-bound Telemarketing* dan teori *Major Steps in Effective*. Saran penelitian ini adalah meningkatkan dan mempertahankan program-program komunikasi pemasaran yang menarik minat beli konsumen dan mendukung peningkatan penjualan.

**Kata Kunci : Perhotelan, *Telemarketing*, *Personal selling***