

ABSTRAK

Kompetisi pemasaran di industri hotel sangat tinggi. Tiap – tiap hotel berupaya memberikan promosi terbaik untuk mendapatkan tamu. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran promosi terhadap keputusan tamu hotel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini terdapat 130 Responden dan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing terhadap keputusan tamu memilih menginap di Harris Hotel & Conventions Festival Citylink Bandung menunjukkan pengaruh yang positif. Bauran promosi yang digunakan oleh hotel harris beberapa diantaranya yaitu advertising melalui radio, media sosial, baliho, kemudian sales promotion melalui sales blitz serta berbagai event dan promo yang diadakan, dan juga personal selling melalui kegiatan sales call. Namun bauran pemasaran masih belum mampu memberikan informasi yang up to date kepada tamu yaitu informasi pada brosur hotel yang terkadang belum diperbaharui dengan informasi terbaru, sehingga mempengaruhi keputusan konsumen terutama jadi kurang maksimalnya kegiatan sales blitz. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh manajemen hotel belum memenuhi ekspektasi konsumen dalam penyediaan fasilitas hotel, dimana informasi yang diberikan kepada konsumen bukanlah yang terbaru. Dari hasil analisis regresi yang dilakukan promotional mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Strategi bauran promosi yang digunakan dalam memperkenalkan paket tersebut dapat menarik perhatian konsumen sehingga menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk tetap tinggal. Maknanya setiap hotel harus meningkatkan bauran promosi supaya tamu itu semakin banyak yang menginap. Hasil penelitian ini diharapkan dapat di terima dengan baik, baik di lingkungan industri maupun di lingkungan masyarakat.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Menginap, Sales Marketing, Hotel