

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI DISCOVERY KARTIKA
PLAZA HOTEL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

NI MADE PUSPITA DAMAYANTI

NIM : 2015744174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI DISCOVERY KARTIKA
PLAZA HOTEL**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

NI MADE PUSPITA DAMAYANTI

NIM : 2015744174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Made Puspita Damayanti
 - b. NIM : 2015744174
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 21 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,



Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si.
NIP. 199206132019032023

Pembimbing II,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT HUNIAN KAMAR DI DISCOVERY KARTIKA PLAZA HOTEL**

Oleh :

NI MADE PUSPITA DAMAYANTI

NIM : 2015744174

Disahkan:

Penguji I

Drs. I Ketut Pasck, M.AB.
NIP. 195909201989031001

Ketua Penguji

Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Penguji II

Gede Sedana Wibawa Yasa, S.Tr.Akt., M.Si.
NIP. 199503012024061003

Mengetahui

Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua

Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 21 Agustus 2024

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional

Ketua

Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto :

“Even if it’s hard now, it will be better in the future”

Persembahan :

Kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, penulis menghaturkan rasa syukur untuk rahmat-Nya kepada penulis sehingga mampu menuntaskan skripsi berjudul **“Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel”** tepat pada waktunya. Berdasar pada kebersyukuran dan kerendahan hati, karya penelitian ini penulis persembahkan kepada:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, perlindungan, kerahayuan dan berkat kepada penulis, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Kedua Orang Tua, I Wayan Sukaambara serta Ni Luh Gede Eka Tuti Suryaningsih, yang senantiasa membuka semangat, serta restu yang selalu mengalir. I Wayan Agus Prasetya, saudara penulis yang senantiasa menyemangati serta memotivasi, beserta keluarga besar yang memberi semangat serta doa yang tulus tiada hentinya.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si. serta Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA. Ph.D. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa menyalurkan bantuan beserta menyenggangkan kesempatan, usaha, serta pemikiran guna membimbing, menyalurkan kritik yang

membangun, masukan, gagasan, dan dorongan yang tiada henti sangat berarti untuk penulis dalam menuntaskan skripsi ini.

4. Rekan-rekan dan sahabat tercinta : Sutra Juita dan Melinda Darma yang selalu menemani proses penulis, menjadi tempat keluh kesah, memberikan dukungan, motivasi, dan menyemangati secara maksimal sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Beserta seluruh pihak yang sudah menyalurkan bantuan untuk penulis selama menuntaskan skripsi ini.

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapatkan masukan dari para pembaca. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk mencapai kesempurnaan dalam Skripsi Riset Terapan ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta keikutsertaan positif untuk pengembangan keilmuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan manajemen perhotelan.

Badung, 15 Juli 2024



Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Made Puspita Damayanti

NIM : 2015744174

Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

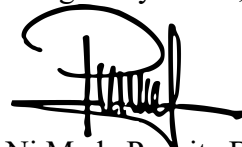
“Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 21 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ni Made Puspita Damayanti

NIM. 2015744174

ABSTRAK

Kegiatan meneliti yang dilaksanakan ditujukan guna melakukan analisis pengaruh strategi penetapan harga serta promosi pada taraf hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel. Hal demikian dilaksanakan melalui pemanfaatan metode kuantitatif berteknik analisis regresi linier berganda. Pengumpulan datanya dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan hotel, serta perolehan data sekundernya melalui laporan internal hotel. Temuan dari kegiatan meneliti yang telah dilaksanakan pun mengutakan bahwasanya strategi penetapan harga serta promosi memiliki pengaruh bersignifikan pada taraf hunian kamar. Penetapan harga secara kompetitif serta promosinya efektif mampu menambah minat tamu supaya menginap, sehingga berdampak positif pada taraf hunian kamar. Kegiatan meneliti inipun mendukung teori pemasaran yang menyatakan bahwasanya harga serta promosi ialah faktor kunci dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen Discovery Kartika Plaza Hotel dalam menyusun strategi penetapan harga serta promosi yang lebih efektif guna menambah tingkat hunian kamar. Selain itu, penelitian ini pun membuka keikutsertaan akademis di aspek manajemen pemasaran, terkhusus mengenai industri perhotelan.

Kata kunci: penetapan harga, promosi, tingkat hunian kamar, Discovery Kartika Plaza Hotel.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of pricing strategies and promotions on room occupancy rates at Discovery Kartika Plaza Hotel. The study employs a quantitative method using multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to hotel guests, as well as secondary data from internal hotel reports. The results indicate that both pricing strategies and promotions significantly influence room occupancy rates. Competitive pricing and effective promotions can increase guest interest in staying at the hotel, thus positively impacting occupancy rates. This research supports marketing theories that suggest price and promotion are crucial factors in attracting consumers and boosting sales. The benefits of this research include providing practical recommendations for Discovery Kartika Plaza Hotel's management in developing more effective pricing and promotion strategies to increase room occupancy rates. Additionally, this study contributes academically to the field of marketing management, particularly in the hospitality industry.

Keywords: *pricing, promotion, room occupancy rates, Discovery Kartika Plaza Hotel.*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah serta anugerah-Nya sehingga penulis mampu menuntaskan skripsi berjudul **"Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel"**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.

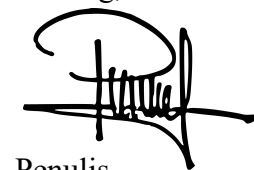
Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.ECom., sebagai Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA. Ph.D., sebagai Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, dan Dosen Pembimbing II yang senantiasa menyampaikan masukan serta arahan yang bermakna.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M., sebagai Kepala Program Studi Manajemen Bisnis Internasional jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, yang sudah menyalurkan kontribusi berupa pemikiran, sejumlah masukan berharga dan pengetahuan yang sangat membantu dalam proses menyusun skripsi ini.

5. Bapak serta Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, yang sudah menyalurkan pengetahuan dan wawasan selama masa studi di Politeknik Negeri Bali.
6. Kepada Discovery Kartika Plaza Hotel, yang memberi izin untuk penulis dalam melaksanakan kegiatan meneliti serta berkenan memberikan keperluan informasi selama kegiatan ini dilaksanakan.
7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan materiil serta doa yang tiada henti. Kalian adalah sumber kekuatan dan semangat bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman yang tidak dapat dituliskan keseluruhannya yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat dalam tahapan menyusun skripsi ini.

Penulis mengetahui bahwasanya skripsi ini berada jauh dari kesempurnaan serta terdapat berbagai hal yang kurang. Oleh karenanya, penulis sangat mengharapkan masukan serta ulasan membangun keseluruhan kalangan guna menyempurnakan karya tulis ini di waktu mendatang. Akhir kata, skripsi diharapkan mampu memberikan manfaat untuk para pembacanya, terkhusus dalam bidang pemasaran serta manajemen perhotelan, serta dapat berkontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Badung, 15 Juli 2024



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KULIT MUKA	i
JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	8
1.4.1 Secara Teoritis.....	8
1.4.2 Secara Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teori.....	11
2.1.1 Penetapan Harga.....	11
2.1.2 Promosi.....	17
2.1.3 Tingkat Hunian Kamar.....	24
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	28
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	37
2.3.1 Kerangka Konsep.....	37
2.3.2 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Tempat Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.3.1 Variabel Penelitian.....	43
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4 Sumber Data.....	47
3.4.1 Data Primer.....	47
3.4.2 Data Sekunder.....	47
3.5 Jenis Data.....	47
3.5.1 Data Kualitatif.....	47
3.5.2 Data Kuantitatif.....	48

3.6 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	49
3.7.2 Uji Instrumen.....	50
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.7.5 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran.....	55
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	55
4.1.2 Bidang Usaha	57
4.1.3 Visi dan Misi	58
4.1.4 Fasilitas Discovery Kartika Plaza	59
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	70
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	77
4.2.1 Karakteristik Responden	77
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	80
4.2.3 Uji Instrumen.....	85
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	88
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.2.6 Uji Hipotesis.....	92
4.2.7 Pembahasan.....	98

4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	112
4.3.1 Implikasi Teoritis	112
4.3.2 Implikasi Praktis.....	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1 Simpulan	116
5.2 Saran	118
5.2.1 Bagi Perusahaan	118
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

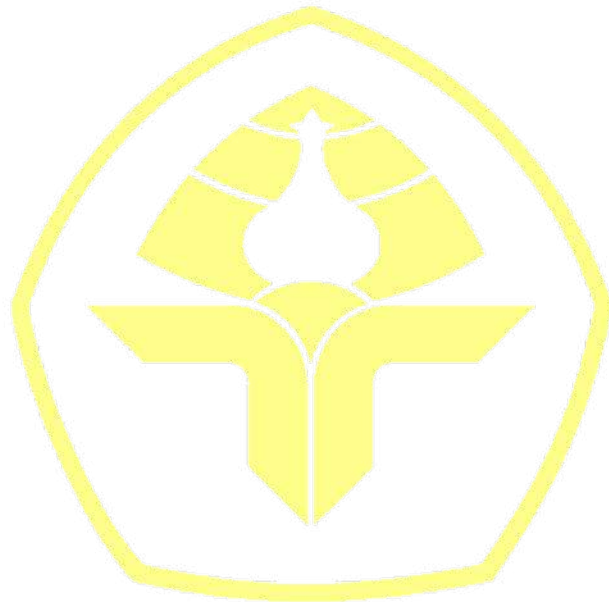


**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Hotel Kota Badung, Tahun 2021-2023.....	2
Tabel 1. 2 <i>Month to Date Comparison Report</i> Desember 2022	6
Tabel 1. 3 <i>Month to Date Comparison Report</i> Desember 2023	6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik)	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel	45
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	78
Tabel 4.2 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	80
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Strategi Penetapan harga.....	81
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Promosi	83
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Tingkat Hunian Kamar	84
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	85
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	88
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas	90
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	92

Tabel 4.13 Uji Pengaruh Parsial (T-test).....	93
Tabel 4.14 Uji Pengaruh Simultan (F-test)	97



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Logo Discovery Kartika Plaza Hotel	57
Gambar 4.2 <i>Deluxe Garden View Room</i>	59
Gambar 4.3 <i>Grand Deluxe Ocean Front</i>	60
Gambar 4.4 <i>Junior Suite</i>	60
Gambar 4.5 <i>Family Suite</i>	61
Gambar 4.6 <i>Discovery Suite</i>	61
Gambar 4.7 <i>Presidential Suite</i>	62
Gambar 4.8 <i>2 Bedroom Beach Front Villa with Private Pool</i>	63
Gambar 4.9 <i>The Pond Restaurant</i>	63
Gambar 4.10 Sokube.....	64
Gambar 4.11 <i>El Jardin Steakhouse by Andrea Peresthu</i>	64
Gambar 4.12 <i>Lobby Bar</i>	65
Gambar 4.13 <i>Kul Kul Pool Bar</i>	65
Gambar 4.14 <i>Sunset Lounge & Bar</i>	66
Gambar 4.15 <i>Tupai Bar</i>	66
Gambar 4.16 <i>Discovery Spa and Wellness Center</i>	67
Gambar 4.17 <i>Kids Playground</i>	67
Gambar 4.18 Ruang Pertemuan	68

Gambar 4.19 <i>Wedding Venue</i>	68
Gambar 4.20 <i>Dome</i>	69
Gambar 4.21 <i>Swimming Pool</i>	69
Gambar 4.22 Struktur Organisasi Discovery Kartika Plaza Hotel.....	70
Gambar 4.23 Struktur Organisasi <i>Sales & Distribution</i>	71
Gambar 4.24 Desain <i>Cover</i> Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	105
Gambar 4.25 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	106
Gambar 4.26 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	107
Gambar 4.27 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	108
Gambar 4.28 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	109
Gambar 4.29 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	110
Gambar 4.30 Rancangan Standar Operasional Prosedur Promosi Produk	111

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Proses Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran 2 : Form Proses Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 4 : Naskah Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Google Form Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Tabulasi Data
- Lampiran 7 : Karakteristik Responden
- Lampiran 8 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda & Uji Hipotesis
- Lampiran 11 : Standar Operasional Prosedur (SOP)
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu industri dengan menunjang kekuatan dalam menumbuhkan bidang secara berkelanjutan. Bali menjadi salah satu Provinsi di Indonesia dengan daya tarik pengunjung untuk berwisata. Bali memiliki daya tarik atas keinginan pengunjung dalam berwisata yang dibuktikan pada tahun 2023 tercatat sebanyak 5.248.113 orang wisatawan internasional yang berkunjung ke Provinsi Bali memanfaatkan lajur penerbangan serta sampai di Bandar Udara Internasional Ngurah Rai www.bps.go.id (2023). Akomodasi, transportasi, dan tempat makan harus disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap pengalaman perjalanan mereka. Hotel merupakan salah satu pilihan yang paling mudah dipilih oleh wisatawan, oleh karena itu terdapat banyak hotel di Bali mulai dari bintang 1 sampai bintang 5 (Hendriyati, 2021).

Perhotelan di Bali menunjukkan perkembangannya yang semakin melesat. Berdasar Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, jumlah hotel di Bali ditiap tahun senantiasa mengalami penambahan, keadaan demikian terkena efek atas banyak pengunjung yang berwisata ke Bali mengalami peningkatan. Bertambahnya jumlah hotel di Provinsi Bali tentunya merupakan kenaikan jumlah hotel dari

bermacam kota di Bali, salah satu kota yang melesat melakukan peningkatan ini telah terjadi di kota Badung, peningkatan jumlah hotel diikuti dengan peningkatan banyak pengunjung yang berwisata ke kota Badung. Guna menginformasikan penambahan jumlah hotel di kota Badung, data dari Badan Pusat Statistik pun disajikan yang dimulai tahun 2021 hingga 2023 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Hotel Kota Badung, Tahun 2021-2023

Klasifikasi Hotel	Tahun		
	2021	2022	2023
Hotel Bintang 5	60	65	69
Hotel Bintang 4	102	125	130
Hotel Bintang 3	119	144	153
Hotel Bintang 2	26	31	39
Hotel Bintang 1	1	15	22
Total	308	380	413

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali

Berdasar peningkatan jumlah hotel tersebut, bisa ditetapkan bahwasanya kompetisi perusahaan pada bidang hotel pun menunjukkan keketatannya. Hotel berbintang di Bali bersaing untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dalam melakukan perkembangan pada fasilitas serta perlengkapan yang ditawarkan supaya pelanggan yang bermalam ataupun hanya menyelenggarakan acara. Hotel berbintang di Bali tidak hanya fokus pada pelayanan prima, namun menyalurkan hal istimewa lainnya, misalnya sarana-sarana yang menunjukkan kemewahan sampai potongan harga di acara khusus. Tingginya jumlah hotel berbintang di Bali mengakibatkan keunggulan pada ketersediaan kamarnya, sebab target pelanggan yang memiliki kecenderungan

yang mirip sehingga menciptakan kompetisi guna mendapatkan pelanggan, sehingga hotel mendominasi melaksanakan sejumlah langkah khusus, satu diantaranya yakni memberikan potongan harga ataupun menyelenggarakan acara khusus di hari tertentu. Oleh sebab itu, harga dan promosi sebagai bagian krusial selama kompetisi serta pemasarannya. Pandangan Kotler serta Keller (2020), harga merupakan aspek penting pada bauran pemasaran yang menetapkan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan guna memperoleh sebuah barang ataupun layanan.

Strategi penetapan harga ialah sebuah elemen penting pada bidang pemasaran, terutama dalam industri perhotelan. Harga menjadi pusat atas aktivitas pemasaran guna memperoleh laba ataupun keuntungannya. Penetapan harga pun menjadi sebuah strategi tersignifikan dalam memberikan dampak bagi pelanggan dalam menetapkan keputusannya dalam melakukan pembelian. Berdasarkan teori elastisitas permintaan, perubahan harga dapat menyebabkan perubahan dalam jumlah barang yang diminta (Suwena, 2018). Selain itu, konsumen juga menunjukkan kecenderungan dalam melakukan perbandingan harga dengan produk ataupun layanan yang serupa sebelum memutuskan dalam membelinya, sesuai dengan teori harga relatif (Irfanudin *et al.*, 2020). Lebih lanjut, (Putranto, 2018) menyatakan bahwa diskon dapat meningkatkan minat beli konsumen dan mengurangi persepsi risiko dalam pembelian.

Promosi adalah upaya yang dilaksanakan perusahaan guna memberitahukan, memberikan pengaruh, dan memikat pelanggan supaya melakukan pembelian. Menurut Tjiptono (2019), promosi mencakup berbagai

aktivitas seperti pengiklanan, mempromosikan jualannya, keterkaitan bermasyarakat, serta pemasaran nyata dengan dirancang guna meraih target pasar tertentu. Di era digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi semakin penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Promosi juga memegang peranan penting dalam strategi pemasaran hotel. Menurut teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), tujuan utama promosi adalah untuk memikat atensi, menambah daya tarik, menciptakan minat, dan mendorong perilaku untuk membeli (Mustikaningrum, 2020). Selain itu, promosi yang efektif memanfaatkan berbagai alat komunikasi untuk menciptakan pesan yang konsisten dan berdampak (Wulandari, 2019). Berbagai teknik promosi seperti diskon, kupon, dan hadiah langsung dapat meningkatkan penjualan dalam jangka pendek (Ernawati *et al.*, 2021). Efektivitas promosi diukur dari seberapa baik promosi tersebut dapat meningkatkan penjualan dan kesadaran merek (Setiawan, 2020). Selain itu, menurut (Gyenge *et al.*, 2021) penggunaan media sosial dan digital marketing untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dapat meningkatkan efektivitas promosi.

Tingkat hunian kamar ialah persentase yang menggambarkan proporsi kamar yang berhasil dilakukan penjualan dibandingkan pada banyak kesediaan kamarnya secara menyeluruh di hotel. Rasio ini menjadi indikator utama keberhasilan hotel dalam memaksimalkan penjualan kamar yang tersedia, menunjukkan efektivitas hotel dalam menarik tamu dan mengevaluasi kinerja operasional hotel (Julyanti, Astawa, & Nadra, 2018:276). Tingkat hunian dipengaruhi oleh keseimbangan antara permintaan konsumen dan penawaran

kamar yang tersedia, (Riza, 2020). Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan juga berperan penting dalam menentukan tingkat hunian kamar (Santoso, 2021). Menurut (Suwena, 2018) Promosi yang efektif dapat meningkatkan tingkat hunian dengan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, menurut (Wijaya, 2017), membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan prima dan promosi dapat meningkatkan tingkat hunian kamar.

Penelitian oleh Puspitasari Muslimin Nganro (2020) memaparkan bahwasanya penetapan harga serta promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar hotel. Begitu pula disertai penelitian Ismail *et al.* (2020) memaparkan bahwasanya kombinasi antara strategi menetapkan harga yang kompetitif serta promosi secara efektif dapat meningkatkan daya tarik hotel di mata konsumen dan berkontribusi pada peningkatan tingkat hunian kamar. Dengan begitu, hotel perlu mengadopsi strategi yang efektif dalam penetapan harga dan promosi untuk mempertahankan atau meningkatkan tingkat hunian kamar mereka.

Discovery Kartika Plaza Hotel, dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mempertahankan posisinya dan memenuhi ekspektasi tamu di tengah persaingan yang ketat. Tabel 1.2 serta tabel 1.3 bisa diketahui, bahwasanya Discovery Kartika Plaza Hotel selama dua tahun terakhir menunjukkan hasil yang belum memuaskan dalam hal tingkat hunian kamar dibandingkan dengan pesaing sejenis di Bali, seperti The Anvaya Beach Resort, Bali Dynasty Resort, The Patra, Bintang Bali Resort, dan Aryaduta Kuta (*Comparison Report, 2022-2023*).

Menurut laporan perbandingan *month-to-date* Desember 2022 dan Desember 2023, hotel ini menempati peringkat kelima di antara lima peserta.

Tabel 1. 2 *Month to Date Comparison Report* Desember 2022

NO	HOTEL	NBR	AVAIL	ROOMS	OCC	RANK
		RMS	ROOMS	SOLD		
1	Discovery Kartika Plaza Hotel	316	9.796	5895	60,18%	5
2	The Anvaya Beach Resort	493	15.283	12951	84,74%	2
3	Bali Dynasty Resort	313	9.703	7306	75,30%	3
4	The Patra	228	7.068	5087	71,97%	4
5	Aryaduta Kuta	178	5.518	4723	85,59%	1

Sumber : *Department Sales & Distribution* Discovery Kartika Plaza Hotel

Tabel 1. 3 *Month to Date Comparison Report* Desember 2023

NO	HOTEL	NBR	AVAIL	ROOMS	OCC	RANK
		RMS	ROOMS	SOLD		
1	Discovery Kartika Plaza Hotel	316	9.796	7452	76,07%	5
2	The Anvaya Beach Resort	493	15.283	12749	83,42%	3
3	Bali Dynasty Resort	313	9.703	8052	82,98%	4
4	Bintang Bali Resort	402	12.462	11539	92,59%	1
5	Aryaduta Kuta	178	5.518	5063	91,75%	2

Sumber : *Department Sales & Distribution* Discovery Kartika Plaza Hotel

Keterangan :

NBR RMS = *Number of Rooms* (Jumlah kamar)

AVAIL ROOMS = *Available Rooms* (Kamar tersedia)

ROOMS SOLD = Kamar terjual

OCC = *Occupancy* (Akupensi)

Tingkat hunian kamar Discovery Kartika Plaza Hotel hanya mencapai 60.18% pada bulan Desember 2022 dan meningkat menjadi 76,07% pada bulan Desember 2023. Meskipun ada peningkatan, angka ini masih belum mampu bersaing secara signifikan dalam mengatasi persaingan. Oleh karena itu, penelitian tentang analisis strategi penetapan harga dan promosi terhadap tingkat

hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel menjadi relevan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana hotel tersebut mengelola harga dan promosi untuk mempengaruhi tingkat hunian kamar pada Discovery Kartika Plaza Hotel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang permasalahan di atas, mampu dirumuskan pokok atau perumusan atas permasalahannya yakni:

- a. Apakah strategi penetapan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- b. Apakah promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- c. Apakah strategi penetapan harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel?
- d. Bagaimana Standar Operasional Prosedur yang tepat guna memberikan peningkatan pada hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar perumusan permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yakni:

- a. Untuk memperoleh informasi adakah pengaruh positif serta signifikan strategi penetapan harga secara parsial terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel.

- b. Untuk mengetahui adakah pengaruh positif dan signifikan promosi secara parsial terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel.
- c. Untuk mengetahui adakah pengaruh positif serta signifikan strategi penetapan harga serta promosi secara simultan terhadap tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel.
- d. Untuk memperoleh informasi Standar Operasional Prosedur yang tepat guna meningkatkan hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Harapannya, penelitian ini bisa menyalurkan manfaat untuk berbagai kalangan guna menjadi edukasi dan tambahan wawasan mengenai strategi penetapan harga dan promosi dalam meningkatkan hunian kamar supaya dijadikan dasar rujukan untuk peneliti berikutnya ataupun di bidang yang terkait dalam penelitian ini.

1.4.2 Secara Praktis

- a. Bagi Politeknik Negeri Bali

Melalui adanya penelitian yang dilaksanakan diharapkan mampu meluaskan penjelasan untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penganalisan kendala yang selaras dengan tujuan merevisi kekurangan yang ditemukan pada penelitian ini.

- b. Bagi Discovery Kartika Plaza Hotel

Penelitian yang dilaksanakan, harapannya bisa ditetapkan menjadi masukan serta dasar peninjauan bagi perusahaan ketika menetapkan kajian

mengenai strategi penetapan harga dan promosi sebagai salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian kamar.

c. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis memperoleh kontribusi berupa wawasan, pengalaman, informasi, serta menjadi tempat guna mengimplementasikan keilmuan yang didapatkan selama proses perkuliahan. Selain itu, penelitian ini bisa sebagai media pembelajaran bagi penulis untuk menemukan solusi dari permasalahan yang terjadi.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut ialah sistematika penulisan penelitian dengan tajuk “Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel”.

a. Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan skripsi, halaman pengesahan, halaman moto dan persembahan, halaman abstrak, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, serta halaman daftar lampiran.

b. Bagian isi memuat secara umum penelitian yang terangkum atas lima bab yakni:

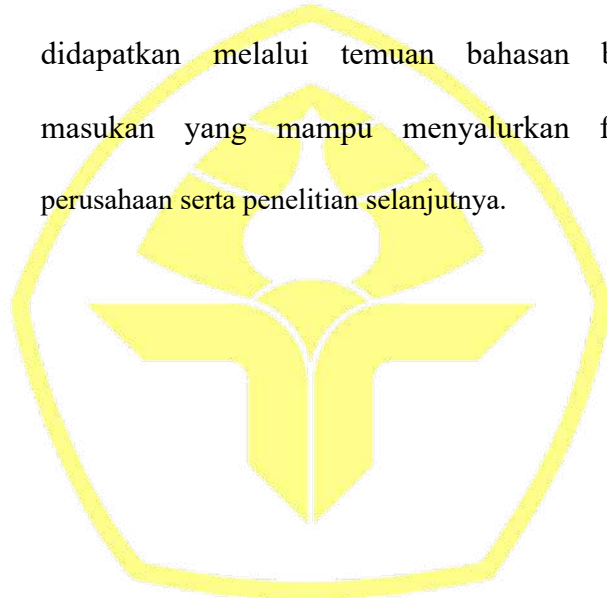
BAB I Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian, penelitian sebelumnya (kajian empirik), kerangka konseptual, serta hipotesis.

BAB III Metode Penelitian, dijelaskan mengenai tempat penelitian, populasi sekaligus sampel yang digunakan, variabel penelitian, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, beserta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, membahas terkait gambaran umum khalayak sasaran, hasil analisis serta pembahasan, dan implikasi penelitian.

BAB V Simpulan dan Saran, memaparkan terkait kesimpulan yang didapatkan melalui temuan bahasan beserta berbagai masukan yang mampu menyalurkan faedahnya untuk perusahaan serta penelitian selanjutnya.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berkenaan atas masalah yang sudah terumuskan, serta perolehan atas kegiatan menganalisis sekaligus kegiatan menguji hipotesis yang sudah terpaparkan penjelasannya di bab sebelumnya, maka dari penelitian ini bisa ditarik simpulan berikut:

1. Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Tingkat Hunian Kamar

Secara parsial, strategi penetapan harga berpositif serta bersignifikan mempengaruhi tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel. Hal ini dibuktikan melalui nilai t_{hitung} sejumlah 5.955 yang melebihi skor t_{tabel} sejumlah 1.661 pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa strategi penetapan harga berpengaruh positif terhadap tingkat hunian kamar diterima.

2. Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar

Promosi juga berpositif serta bersignifikan mempengaruhi tingkat hunian kamar. Perolehan demikian ditunjukkan oleh skor t_{hitung} sejumlah 5.870 yang melebihi nilai t_{tabel} sejumlah 1.661 pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), sehingga hipotesis bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar diterima.

3. Pengaruh Simultan Strategi Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar

Secara simultan, strategi penetapan harga serta promosi berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian kamar. Perolehan demikian terbukti atas nilai F_{hitung} sejumlah 146.562 yang melebihi skor F_{tabel} sejumlah 3.10 pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$). Melalui perolehan inilah, hipotesis bahwasanya strategi penetapan harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian kamar diterima.

4. Standar Operasional Prosedur yang Tepat Untuk Meningkatkan Hunian Kamar

Peneliti akan mengembangkan sebuah Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk promosi produk di Discovery Kartika Plaza Hotel. Pengembangannya didasari atas perolehan statistik yang menyiratkan bahwa variabel promosi memiliki nilai t_{hitung} lebih rendah dibandingkan dengan variabel strategi penetapan harga, meskipun keduanya berpengaruh serta berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian kamar, penting bagi hotel untuk memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang terstruktur dan efektif mengenai promosi. SOP ini akan membantu tim pemasaran untuk merencanakan dan melaksanakan strategi promosi yang dapat meningkatkan tingkat hunian kamar secara konsisten. Dengan adanya SOP promosi, diharapkan hotel dapat lebih optimal dalam memanfaatkan anggaran promosi dan mencapai hasil yang diinginkan. Selain itu, SOP ini akan menjadi panduan yang jelas bagi tim pemasaran dalam menjalankan

aktivitas promosi sehari-hari dan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan tujuan dan strategi yang telah ditetapkan.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berikut dituliskan sejumlah saran yang bisa disampaikan kepada Discovery Kartika Plaza Hotel berdasarkan skripsi Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar:

1. Optimalisasi Strategi Penetapa Harga

Discovery Kartika Plaza Hotel sebaiknya terus mengoptimalkan strategi penetapan harga dengan memperhatikan daya beli pelanggan dan kondisi pasar untuk meningkatkan tingkat hunian kamar. Riset harga ke kompetitor sekitar dapat membantu menarik lebih banyak tamu. Misalnya, hotel dapat melakukan survei harga secara berkala untuk mengetahui tarif kamar yang ditawarkan oleh hotel-hotel sejenis di kawasan Kuta. Jika kompetitor menawarkan paket menginap tiga malam dengan harga diskon, Discovery Kartika Plaza Hotel dapat merespons dengan menawarkan paket serupa yang mungkin mencakup tambahan seperti akses ke fasilitas spa.

2. Peningkatan Kualitas Promosi

Perusahaan sebaiknya mengembangkan kampanye promosi yang kreatif dan terarah untuk menarik perhatian calon tamu dan meningkatkan tingkat hunian kamar. Contohnya, dengan mengadakan kontes, *giveaway*, atau diskon khusus bagi *followers*. Memanfaatkan *influencer* lokal untuk

mempromosikan hotel melalui konten menarik juga bisa menjadi strategi efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Program Loyalitas yang Lebih Terstruktur dan Menarik

Discovery Kartika Plaza Hotel disarankan untuk mengembangkan program loyalitas yang menawarkan manfaat menarik seperti diskon eksklusif, poin reward untuk setiap pemesanan, dan layanan tambahan gratis. Dengan adanya program ini, tamu yang sering menginap bisa mendapatkan keuntungan seperti layanan antar-jemput bandara gratis atau makan malam gratis di restoran hotel. Hal ini tidak hanya mendorong tamu untuk kembali menginap, tetapi juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Melalui strategi ini, hotel dapat menarik lebih banyak tamu yang akan meningkatkan tingkat hunian kamar secara keseluruhan. Dengan demikian, program loyalitas yang lebih terstruktur ini akan berkontribusi positif terhadap penelitian mengenai pengaruh penetapan harga serta promosi pada tingkat hunian kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel.

4. Personalisasi Penawaran Promosi

Gunakan data pelanggan untuk membuat penawaran yang dipersonalisasi. Misalnya, mengirimkan email dengan diskon khusus untuk tamu yang sering menginap atau menawarkan upgrade kamar bagi tamu yang merayakan ulang tahun.

5. Monitoring dan Evaluasi

Hotel perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi penetapan harga dan promosi yang diterapkan. Dengan demikian, hotel dapat mengetahui sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan tingkat hunian kamar dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan Discovery Kartika Plaza Hotel dapat meningkatkan tingkat hunian kamar dan mencapai kinerja yang lebih optimal dalam menghadapi persaingan di industri perhotelan.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berikut dituliskan sejumlah saran bagi penelitian berikutnya yang mampu dilaksanakan mengenai Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Discovery Kartika Plaza Hotel:

1. Memperluas Variabel Penelitian

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi tingkat hunian kamar. Variabel seperti kualitas pelayanan, fasilitas hotel, dan pengalaman tamu mampu menyalurkan pemahaman yang semakin komprehensif tentang berbagai faktor yang memegang peranan mempengaruhi tingkat hunian kamar.

2. Metode Penelitian Beragam

Penggunaan metode penelitian yang lebih beragam seperti metode campuran (*mixed methods*) yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dapat memberikan perspektif yang lebih kaya dan

mendalam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggabungkan data numerik dengan wawasan yang diperoleh dari wawancara atau observasi.

3. Studi Perbandingan

Melakukan studi perbandingan dengan hotel lain atau dengan industri perhotelan di lokasi yang berbeda dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan membantu dalam mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan di Discovery Kartika Plaza Hotel.

4. Penggunaan Teknologi dan Digital Marketing

Dalam era digital saat ini, penggunaan teknologi dan digital marketing memainkan peran penting dalam industri perhotelan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh strategi digital marketing seperti penggunaan media sosial, *website*, dan *platform* pemesanan *online* terhadap tingkat hunian kamar.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperkaya literatur yang ada dan menyalurkan keikutsertaan yang semakin signifikan terkait pengertian serta perkembangan strategi pemasaran dalam industri perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2017). Manajemen Pemasaran Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Adiatma, Dani., Rukma, D. F. S., & Farisya, Ghaida. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Favehotel Cimanuk Garut. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 68-78.
<https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.987>
- Astuti, E. Y., & Suji'ah, U. (2022). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Berkunjung di Alam HeHa Ocean View Yogyakarta (Studi Occupancy Kamar Glamping). *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(6), 997–1014.
<https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/3925>
- Badan Pusat Statistik (2024, Februari 4). Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bali: <https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/1/banyaknya-wisatawan-mancanegara-bulanan-ke-bali-menurut-pintu-masuk.html>
- Badan Pusat Statistik (2024, Februari 9). Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bali: <https://bali.bps.go.id/indicator/16/222/1/jumlah-hotel-bintang.html>
- Bata Ilyas, G., & Mustafa, H. (2022). Price, Promotion, and Supporting Facilities on Customer Satisfaction. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 01 - 11.
<https://doi.org/10.52970/grmapb.v2i1.65>
- Cahyani, N. P. E. Y., Astawa, I. K., & Triyuni, N. N. (2020). Increasing Room Occupancy and Room Revenue through Price Decision Strategy.

International Journal of Glocal Tourism, 1(1), 1-12.

<https://doi.org/10.58982/injogt.v1i1.12>

Efrianto, H. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 45-58.

Ernawati, R., Dwi, A. B., & Gunaedi, J. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 4 (2), 80-98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gyenge, B., Mate, Z., Vida, I., Bilan, Y., & Vasa, L. (2021). A New Strategic Marketing Management Model for Specificities of E-Commerce in The Supply Chain. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 1136-1149. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040064>

Hendriyati, H. (2021). Perkembangan Hotel di Bali. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 9(2), 123-135.

Honggoriansyah, D., Karo, P. K., & Permatasari, M. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hotel Berbintang Tiga di Kota Palembang. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 4(2), 82-102.
<https://doi.org/10.24843/JKH.2020.v04.i02.p06>

Iqbal, M. (2015). *Analisis Regresi Data Panel*. Yogyakarta: Ekonosia.

- Irawan, R. D., & Kahfi, I. A. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Pizza dan Promosi Terhadap Minat Beli Pizza Hut Delivery Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 2105-2111. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM>
- Irfanudin, A., M., Andalusi., R., & Jamil., I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pristine 8+ pada PT. Super Wahana Tehno. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 3(3). <https://doi.org/10.32493/smk.v3i3.7102>
- Ismail, A., et al. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Hotel Bintang Lima. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45-58.
- Juhari. (2016). Analisis Harga Terhadap *Room Occupancy* Hotel dan Penginapan di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 02(02), 1-12. <https://doi.org/10.30873/jbd.v2i2.704>
- Komar, Richard. 2014. *Hotel Management*. Jakarta : PT Grasindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson. New York.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Marpaung, K *et al.* (2021). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-134.
- Maryati., & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe

Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542-550.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.779>

Mustikaningrum, R. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Nganro, P. M. (2020). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Hotel Idea's Bandung. *Prosiding Manajemen*, 6(1), 191-194. <http://dx.doi.org/10.29313/.v6i1.19982>

Pertiwi, T. (2020). Penetapan harga Kamar di Travelodge Hotel Kota Batam. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-10. <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/27537>

Putranto, A., T. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1(2), 21-37. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v1i2.2106>

Riza, A. (2020). Tingkat Hunian Kamar dalam Evaluasi Kinerja Hotel. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 45-58.

Rusli, N. A., & Sani, E. P. (2022). Pengaruh Pengawasan Team Work dan Kedisiplinan Terhadap Produktivitas Kerja Paryawan PT. Primadaya Plastisindo. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 2827-8569. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php>

Santoso, H. (2021). Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan dan Fasilitas Hotel. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 10(1), 67-80

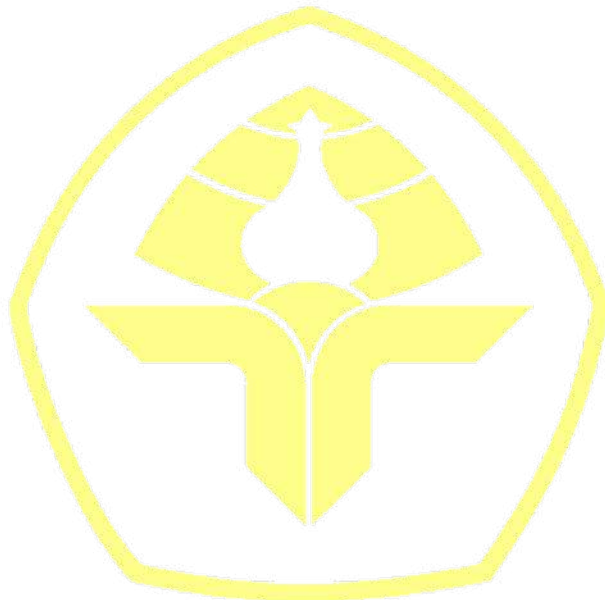
- Sari, A. I. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Mesra Business dan Resort Hotel di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 8(1), 82-91. <http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3270>
- Sari, N. K. Y. P., Pantiyasa, I. W., & Suwintari, I. G. A. E. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Mercure Bali Legian. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 02(2), 569-581. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Setiawan, A. (2020). Efektivitas Promosi dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 45-58.
- Silawati, N. K. H., Astawa, I. P., Sutarma, I. G. P., Sudiarta, M., & Elistyawati, I. A. (2023). Flash Sale Promotion to Increase Room Occupancy and Room Revenue at The Royal Beach Seminyak Bali. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(2), 130-139. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i2.255>
- Suardana, W., Baharuddin, A., & Suni, M. (2021). The Effect of Room Price on Occupancy at Kenari Hotel. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 8(2), 409-418. <https://doi.org/10.26858/ja.v8i1.24534>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sukmana, P. A. A. L. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Hunian Tipe Deluxe Pada Hotel Byidel Cianjur [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Pakuan
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Theresia. (2018). *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Penelitian di Bisnis dan Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwena, K. (2018). Harga dan Elastisitas Permintaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 34-47.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trimalika, H., & Iftikad, I. (2023). Analisis Strategi Penetapan Harga, Kualitas Produk dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian di UD Ragil Diesel Kepanjen. *Journal Islamic Business and Entrepreneurship*, 2(2), 30-39. <https://doi.org/10.33379/jibe.v2i2.2864>
- Wijaya, A. (2017). Nilai Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(2), 98-112
- Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 13(1), 42-53. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/341>
- Wijaya, M. K., Sabudi, I. N. S., & Suastini, N. M. (2022). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Tamu di Harris Hotel Kuta Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Accounting and Hospitality*, 1(1), 11-17.

<https://doi.org/10.52352/jah.v1i1.977>

Wulandari, F. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 67-80.

Zulkarnain, Z. (2022). Pengaruh Harga Kamar Terhadap Tingkat Hunian Pada Hotel Karya Tapin 1 di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 1(6). <https://doi.org/10.53640/jemi.v1i6.148>



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI