

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MICE PADA
PURI ASRI HOTEL & RESORT MAGELANG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Farouk Fuadi

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MICE PADA
PURI ASRI HOTEL & RESORT MAGELANG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Farouk Fuadi

NIM 1915834150

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MICE PADA PURI ASRI HOTEL & RESORT MAGELANG

Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata di
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

Farouk Fuadi

NIM 1915834150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
2023**

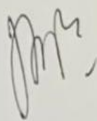
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MICE PADA PURI ASRI HOTEL & RESORT MAGELANG

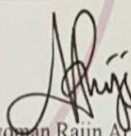
Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan Pariwisata
pada hari Kamis, 27 Juli 2023.

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. Budi Susanto, M.Par
NIP 196009251989031001



I Nyoman Rajin Aryana, S.Pd., M.Hum.
NIP 197507042002121002

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata



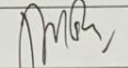

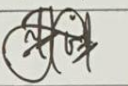
Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D
NIP-196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MICE PADA PURI ASRI
HOTEL & RESORT MAGELANG**

Yang disusun **Farouk Fuadi, NIM 1915834150** telah dipertahankan dalam
Sidang Skripsi di depan Tim Penguji Pada Hari Kamis, Tanggal 27 Juli 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Drs. Budi Susanto, M.Par NIP. 196009251989031001	
Anggota	Anak Agung Kompyang Trijaya Putra, S.Tr.Par., M.Tr.Par	
Anggota	Ni Putu Lianda Ayu Puspita, SE., M.Tr.Par NIP. 0008089105	

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali,



Prof. Ni Made Ernawati. MATM., Ph.D
NIP. 19631228199010200



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farouk Fuadi
NIM : 1915834150
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata,
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

“Implementasi Direct Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan MICE Pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang”

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 27 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



Farouk Fuadi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi *Direct Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan *Mice* Pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana terapan program studi manajemen bisnis pariwisata jurusan pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan penelitian ini. Melalui kesempatan ini perkenankan penulis untuk menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah membantu penulis, yaitu:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan pada kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D., selaku Ketua Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan proposal penelitian ini.
3. Dr. Gede Ginaya, M. Si., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah membantu memberikan masukan dan kelancaran bagi penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan begitu banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan proposal penelitian ini.
5. Drs. Budi Susanto, M.par, selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi kelancaran penyusunan proposal penelitian serta memberikan arahan, dan motivasi bagi penulis.
6. I Nyoman Rajin Aryana, S.Pd., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi

kelancaran penyusunan proposal penelitian serta memberikan arahan, dan motivasi bagi penulis.

7. Muhamad Munir MSSc. selaku *General Manager* Puri Asri Hotel & Resort Magelang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan selama 6 bulan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang.
8. Bapak Bayu Suseno selaku *Ast. Director Of Sales* & Ibu Prima Hapsari selaku *Human Resources Development* Puri Asri Hotel & Resort Magelang yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan informasi untuk menyusun penelitian ini.
9. Kedua orangtua penulis, Bapak Yunus Makartha & Ibu Munifah, atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan harapan yang menjadikan penulis semangat untuk terus berjuang sampai titik ini. Kepada kakak tercinta Naila Ainul Khusna, yang selalu memberikan doa dan semangat.
10. Seluruh teman-teman penulis, yang selalu membantu memberikan masukan dan solusi untuk masalah yang dihadapi penulis dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan proposal penelitian serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Penulis

Farouk Fuadi

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Fuadi, Farouk, (2023), Implementasi *Direct Marketing* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan MICE pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Skripsi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I : Drs. Budi Susanto, M.Par dan Pembimbing II: I Nyoman Rajin Aryana, S.Pd., M. Hum.

Kata Kunci : *Direct Marketing*, Loyalitas Pelanggan, Pelanggan, MICE

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi implementasi *direct marketing* dan menganalisis penerapan *direct marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan teori yang relevan, yakni mengenai *direct marketing* dan loyalitas pelanggan. Pengambilan data digunakan dengan metode observasi dan wawancara yang diolah menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang digunakan untuk mengukur seberapa baik implementasi *direct marketing* yang telah dijalankan dan untuk menganalisis loyalitas pelanggan terhadap penerapan *direct marketing* yang telah dijalankan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penerapan *direct marketing* menjadi hal yang sangat penting dan telah dijalankan dengan baik oleh tim marketing di Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Dimana menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pelayanan yang prima menjadi faktor utama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Fuadi, Farouk, (2023). The Implementation of Direct Marketing in Increasing MICE Customers Loyalty at Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Drs. Budi Susanto, M.Par and Supervisor II: I Nyoman Rajin Aryana, S.Pd., M. Hum.

Key Words : Direct Marketing, Customers Loyalty, Customers, MICE.

This research was conducted with the aim of identifying the implementation of direct marketing and analyzing the application of direct marketing in increasing customer loyalty at Puri Asri Hotel & Resort Magelang. The theoretical foundation in this study uses relevant theories, namely regarding direct marketing and customer loyalty. Data collection was used by observation and interview methods which were processed using descriptive qualitative analysis techniques used to measure how well the implementation of direct marketing has been carried out and to analyze customer loyalty to the implementation of direct marketing that has been carried out. The results of this study state that the implementation of direct marketing is very important and has been carried out well by the marketing team at Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Where maintaining good relations with consumers and excellent service are the main factors for increasing customer loyalty at Puri Asri Hotel & Resort Magelang.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SKRIPSI.....	ii
SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Hotel	7
2.1.2 Implementasi	9
2.1.3 Direct Marketing	9
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.5 MICE	11
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi Penelitian & Periode Penelitian	17
3.2 Objek Penelitian	17
3.3 Identifikasi Variable	18

3.4	Definisi Oprasional Variabel.....	18
3.5	Jenis Data dan Sumber Data	19
3.5.1	Jenis Data	19
3.5.2	Sumber Data.....	20
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	20
3.6.1.	Observasi.....	20
3.6.2.	Wawancara.....	21
3.7	Teknik Analisis Data	21
3.7.1	Teknik Analisis Data Deskriptif Kualitatif	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		23
4.1	Gambaran umum Puri Asri Hotel & Resort Magelang	23
4.1.2	Bidang Usaha dan Fasilitas – fasilitas di Puri Asri Hotel & Resort Magelang	24
4.1.3	Struktur Organisasi dan Job Description	35
5.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	37
4.2.1	Implementasi Direct Marketing Pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang	37
4.2.2	Direct Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		55
a.	Simpulan	55
b.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		59



 JURUSAN PARIWISATA
 POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Pelanggan Bisnis.....	3
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel 1.	18
Tabel 4. 1 Direct Marketing Tahun 2022.....	38
Tabel 4. 2 Penerapan Direct Marketing Puri Asri Hotel & Resort	39
Tabel 4. 3 Penjualan tatap muka	41
Tabel 4. 4 Penjualan Tele Marketing	44
Tabel 4. 5 Tabel Direct Marketing Tahun 2022.....	48
Tabel 4. 6 Direct Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas	49
Tabel 4. 7 Daftar Loyalitas Pelanggan Pada Puri Asri Hotel & Resort	51



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Logo Puri Asri Hotel & Resort.....	23
Gambar 4 2 Superior Room.....	24
Gambar 4 3 Excutive Room	25
Gambar 4 4 Excutive River View Room.....	26
Gambar 4 5 Royal Suite Room.....	27
Gambar 4 6 Penthouse Room	28
Gambar 4 7 Pringgondani Restaurant.....	29
Gambar 4 8 Apung Restaurant	29
Gambar 4 9 Prambanan Hall 2	30
Gambar 4 10 Prambanan Hall 1	30
Gambar 4 11 Amarta	31
Gambar 4 12 Poncowati 1	31
Gambar 4 13 Poncowati 2	32
Gambar 4 14 Poncowati Lounge	32
Gambar 4 15 Plataran	33
Gambar 4 16 Kolam Renang	33
Gambar 4 17 Area Bermain Anak	34
Gambar 4 18 Arung Jeram.....	34
Gambar 4 19 Struktur Organisasi Puri Asri Hotel & Resort.....	35
Gambar 4 20 Struktur Organisasi Sales & marketing Puri Asri Hotel & Resort	36
Gambar 4 21 Sales Visit ke BKAD Kab. Bantul.....	42
Gambar 4 22 Flayer Family Dining.....	45
Gambar 4 23 Flayer Meeting Package Promo.....	46
Gambar 4 24 Review Tamu.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Hasil Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 4 Flayer Promosi Puri Asri Hotel & Resort Magelang

Lampiran 5 Data Loyalitas Pelanggan



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi untuk melakukan komunikasi atau pertukaran informasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Teknologi memegang peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, bahkan sejak dahulu informasi sudah dapat diakses dengan menggunakan media massa cetak dan elektronik seperti koran, majalah, televisi, radio, dan sebagainya. Teknologi juga dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi antara penjual dan pembeli terutama dalam proses transaksi. Salah satu komunikasi antara penjual dan pembeli tersebut biasanya dilakukan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi biasanya menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran untuk memberikan informasi kepada pelanggan terkait produk yang akan diluncurkan serta menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk tersebut (E. A. Sari and Wijaya 2020). Agar kegiatan promosi dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan target yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran, salah satunya pemasaran langsung atau *direct marketing*. *Direct Marketing* yaitu merupakan suatu sistem pemasaran untuk melakukan komunikasi secara langsung antara perusahaan dan pelanggan yang dapat menghasilkan respon atau berupa transaksi. Kemampuan perusahaan dapat menentukan keberhasilan pemasaran melalui *direct marketing* untuk memilih target pasar dan juga untuk mendesain kampanye *direct marketing*-nya (Pratama and Kusniadi 2019)

Strategi *direct marketing* sudah banyak dipakai oleh perusahaan atau hotel. Dengan adanya pertumbuhan hotel yang tinggi serta ketatnya persaingan khususnya di dunia pariwisata, tentunya membuat para manajemen secara terus-menerus melakukan strategi pemasaran dan membuat promosi yang menarik (Fatihah & Desmawati, 2019). *Direct marketing* sangat bermanfaat bagi perusahaan dari segi pemilihan pasar, waktu, dan sarana yang tepat dalam menjangkau target (Sari *et al*, 2022). *Direct marketing* mengimplementasikan penyediaan produk barang atau jasa, proses transaksi antara penjual dan pembeli sehingga dapat membentuk perilaku berupa tanggapan terhadap pemasaran yang diberikan berdasarkan tingkat keyakinan pelanggan (Setiawan 2017). Keyakinan atau kepercayaan pelanggan pada suatu produk diciptakan melalui penyampaian produk sesuai dengan rincian yang biasanya diiklankan melalui website perusahaan. Ketika pelanggan mendapatkan produk sesuai dengan apa yang ada di iklan, maka hal tersebut dapat menciptakan rasa puas dan percaya pelanggan pada perusahaan (Rosdiana & Haris, 2018). Kepuasan dan kepercayaan pelanggan dapat menyebabkan keputusan pembelian kembali dari pelanggan pada produk tersebut, sehingga kepercayaan tersebut akan menimbulkan loyalitas pelanggan (Gultom *et al*, 2020)

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan yang diukur dengan berapa sering dia membeli produk yang sama di masa yang akan datang (Sasongko, 2021). Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung atau *direct marketing* dengan pelanggan untuk menghasilkan respon yang cepat dan efektif (Kurniawanti & Hendrawan, 2017). Penggunaan strategi *direct marketing* untuk meraih loyalitas pelanggan sudah

lumrah dilakukan di sebuah perusahaan, terutama di Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Salah satu loyalitas pelanggan yang biasanya dijadikan target adalah pelanggan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran, MICE adalah pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, penyelenggaraan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta penyelenggaraan pameran dalam rangka penyebarluasan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional. Berikut jumlah kunjungan pelanggan bisnis di Puri Asri Hotel & Resort Magelang melalui *direct marketing*:

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Pelanggan Bisnis

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	14
Februari	23
Maret	20
April	10
Mei	20
Juni	32
Juli	28
Agustus	28
September	39
Oktober	34
November	52
Desember	40

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan pelanggan MICE melalui strategi *direct marketing* di Puri Asri Hotel & Resort Magelang periode Januari – Desember 2022 mengalami kenaikan yang cukup drastis pada bulan November yaitu sebanyak 52 orang. Strategi *direct marketing* yang digunakan meliputi penjualan tatap muka, *telemarketing*, dan *online marketing*. Hal yang menjadi kendala di dalam implementasi *direct marketing* di Puri Asri Hotel & Resort Magelang yaitu kurangnya jumlah admin sosial media yang dapat memberikan informasi terbaru kepada pelanggan karena admin sosial media yang mengelola pemasaran produk di Puri Asri Hotel & Resort Magelang juga mengurus sosial media PT Puri Asri Margamas yang memiliki 3 cabang hotel lainnya seperti The Victoria Hotel Yogyakarta, Puri Indah Kaliurang, dan The Arnawa Pangandaran. Oleh karena itu, implementasi *direct marketing* di Puri Asri Hotel & Resort Magelang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan MICE melalui berbagai upaya promosi dapat dikatakan kurang efektif. Dengan adanya kendala tersebut sesuai dengan apa yang dituliskan, penulis tertarik dalam menganalisis masalah ini melalui judul penelitian yang berjudul **“Implementasi *Direct Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan MICE pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *direct marketing* di Puri Asri Hotel & Resort Magelang?

2. Bagaimana *direct marketing* meningkatkan loyalitas pelanggan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana *direct marketing* diterapkan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang.
2. Untuk mengetahui bagaimana *direct marketing* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Puri Asri Hotel & Resort Magelang .

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan serta menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang dapat dilihat dari beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta wawasan bagi penulis, serta dapat menambah pengalaman peneliti dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh di kampus selama perkuliahan.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian selanjutnya.

3. Bagi Puri Asri Hotel & Resort Magelang

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi tambahan dan masukan yang objektif serta dapat menjadi bahan masukan mengenai penerapan *direct marketing* dalam membangun loyalitas pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup yang diangkat dalam penelitian ini yaitu implementasi *direct marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan *mice* pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Adapun batasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Variabel dalam penelitian ini adalah *direct marketing* dan loyalitas pelanggan.
2. Indikator dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :
 - a. Direct marketing: Penjualan tatap muka, telemarketing, online marketing.
 - b. Loyalitas pelanggan: Persentase dari pembelian, frekuensi kunjungan, merekomendasikan kepada orang lain.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di satu tempat yaitu pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang saja.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Setelah menguraikan permasalahan yang terkait dengan implementasi *direct marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang sebagaimana dibahas dalam bab IV, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan *direct marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Puri Asri Hotel & Resort Magelang sudah berjalan dengan baik dan maksimal karena di dukung dengan program program yang diterapkan meliputi penjualan tatap muka, telemarketing dan online marketing. Yang mana dalam penerapan ini sudah sesuai dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Peran *direct marketing* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan menjalankan program penjualan tatap muka, telemarketing dan online marketing. Penerapan program ini di fokuskan untuk membangun relasi baru dan menjalin hubungan serta kerjasama yang baik antara pihak Puri Asri Hotel & Resort dengan para konsumen yang dianggap potensial.

Dengan adanya kedekatan dan hubungan yang baik dan juga di dukung dengan pelayanan yang maksimal di harapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Puri Asri Hotel & Resort Magelang. Dengan meningkatnya loyalitas pelanggan maka salah satu dari target dari Puri Asri Hotel & Resort Magelang sudah tercapai.

b. Saran

Untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan dan mampu bersaing dengan *competitor* dan meningkatkan kualitas pelayanan, maka penulis bermaksud memberikan saran. Adapun saran yang dimaksud ialah:

Puri Asri Hotel & Resort Magelang agar bias memaksimalkan setiap peluang yang ada dalam setiap program dari *direct marketing* dan juga meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen supaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Puri Asri Hotel & Resort bisa berjalan lebih baik lagi dan Puri Asri Hotel & Resort Magelang mampu bersaing serta lebih bisa di kenal di *industry* ini.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- A. Mandolang, Yosua, Florance Daicy Lengkong, and Salmin Dengo. 2019. "Implementasi Program Keluarga Harapan Di Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan." *Jurnal Administrasi Publik* 5 (79): 1–8.
- Dwi Wahyuni, Chusnul Rofiah., 2017. "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang." *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 12 (1): 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>.
- El-Adly, Mohammed Ismail. 2019. "Modelling the Relationship between Hotel Perceived Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty." *Journal of Retailing and Consumer Services* 50 (July 2018): 322–32. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>.
- Erwin, Cecil, and Jr Boham. n.d. *A K OMOD ASI PERHO TEL AN*.
- Fitriasti, Nur Aisyah, and Donni Juni Priansa. 2021. "Strategi Direct Marketing Dalam Rangka Merangsang Minat Penggunaan Produk Indihome (Studi Kasus Pada PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. STO Dago Pada Tahun 2021) DIRECT MARKETING STRATEGY TO STIMULATE INTEREST IN THE USE OF INDIHOME PRODUCTS (Case Study At." *E-Proceeding of Applied Science* 7 (4): 665–71.
- Gary Armstrong, Stewart Adam, Sara Denize, Philip Kotler. 2015. *Principles of Marketing*.
- Ginting, Leoni. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Menara Lexus Medan."
- Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. 2020. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek." *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3 (2): 273–82. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- Junaidi, Novrial. 2017. "PENGARUH DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR DI HOTEL GRAND ROCKY BUKITTINGGI."
- Khuong, Mai Ngoc, Pham Le Hoang Ngan, and Nguyen Thi Minh Phuong. 2015. "Factors of Affecting Guests' Satisfaction and Their Loyalty — A Study of Luxury Hotels in Ho Chi Minh City, Vietnam." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 6 (3): 186–90. <https://doi.org/10.7763/ijimt.2015.v6.599>.
- Konečnik Ruzzier, Maja, Mitja Ruzzier, and Robert Hisrich. 2014. "Value, Satisfaction and Customer Loyalty." *Marketing for Entrepreneurs and SMEs*, no. November: 21–36. <https://doi.org/10.4337/9781781955970.00008>.
- Novan, Mamonto, Ismail Sumampouw, and Gustaf Undap. 2018. "Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw Ii Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan." *Jurnal Eksekutif* 1 (1): 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/21950>.

- Pratama, Thiara Ivankha, and Suherman Kusniadi. 2019. "Komunikasi Pemasaran PT. Bach Multi Global Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *Prologia* 2 (2): 525. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3739>.
- Purwanto, Nfn. 2019. "Variabel Dalam Penelitian Pendidikan." *Jurnal Teknodik* 6115: 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>.
- Sari, Bunga Aprlian, Yulia Nurendah, and Ade Yusdira. 2022. "Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor." *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan* 1 (2): 197–202. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335>.
- Sari, Elisabeth Agita, and Lina Sinatra Wijaya. 2020. "Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17 (1): 16. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2608>.
- Savira Maulana, Yosi Erfinda, Nungky Puspita. 2022. "(The Influence of Direct Marketing on Purchasing Decisions Of." *Journal of Tourism Destination and Attraction* 10 (1): 69–84.
- Sembiring, I. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 15 (1): 84504.
- Setiawan, Bustan. 2017. "Setiawan,Bustan, Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan." *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan* 3 (1): 1–12.
- Singh, Harkiranpal. 2006. "The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention by Harkiranpal Singh May 2006 UCTI Working Paper." *UCTI Working Paper*, no. May: 6.
- Solihin, Ida Ayu Kade Werdika Damayanti, and Made Suardani. 2021. "Pengantar Hotel Dan Restoran." *Pengantar Hotel Dan Restoran*, 1–109.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Cv. No. 84 Bandung.
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi*.
- Supertini, Ni Putu Sri, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.
- Syarweni, Narulita. 2019. *Anggaran MICE. ... : Jurnal Alumni Manajemen Pendidikan Islam ...*. [http://repository.uinsu.ac.id/5536/7/Sertifikat HAKI Yusuf Hadi dkk.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5536/7/Sertifikat%20HAKI%20Yusuf%20Hadi%20dkk.pdf) [http://repository.uinsu.ac.id/5536/1/JURNAL Yusuf Hjy TADBIR VOL 5 NO 1 JANUARI-JUNI 2019.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5536/1/JURNAL%20Yusuf%20Hjy%20TADBIR%20VOL%205%20NO%201%20JANUARI-JUNI%202019.pdf).
- Utami, Wahyu. 2016. "Penetapan Advertising, Sales Promotion, Dan Direct Marketing Pada Le Magnifique." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1 (3): 8.