

SKRIPSI
EVALUASI BAURAN PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH HOTEL
RADISSON BLU BALI ULUWATU



POLITEKNIK NEGERI BALI

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

Oleh
ARIES ISHAK MARANGKUP TAMBUNAN
1915744055

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
2022

SKRIPSI

**EVALUASI BAURAN PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH HOTEL
RADISSON BLU BALI ULUWATU**



POLITEKNIK NEGERI BALI

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

Oleh

ARIES ISHAK MARANGKUP TAMBUNAN

1915744055

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
2022**

SKRIPSI
EVALUASI BAURAN PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH HOTEL
RADISSON BLU BALI ULUWATU



POLITEKNIK NEGERI BALI

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

Oleh
ARIES ISHAK MARANGKUP TAMBUNAN
1915744055

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu
2. Penulis :
 - a. Nama : Aries Ishak Marangkup Tambunan
 - b. NIM : 1915744055
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 18 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing I



Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb

NIP. 196403131990032003

Pembimbing II



I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd

NIP. 198809092019031013

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Hotel Radisson Blu Bali
Uluwatu

Oleh :

ARIES ISHAK MARANGKUP TAMBUNAN

NIM. 1915744055

Disahkan:

Ketua Penguji



Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb

NIP. 196403131990032003

Penguji I



I Nyoman Suka Sanjaya, S.S, M.TESOL, PhD

NIP. 197409152000121002

Penguji II



Ni Putu Rita Sintagevi, S.Tr.,Akt.,M.Acc

NIP. 202111009

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



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

NIP. 196409291990032003

Badung, 23 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM

NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan menoleh kebelakang waktu naik motor kalau tidak mau nabrak”

Persembahan:

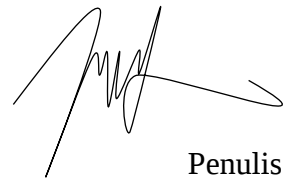
Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yesus Kristus karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Radisson Blu Bali Uluwatu” tepat pada waktu yang telah ditentukan. Atas penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya; Bapak Tonny Liston Tambunan dan Ibu Ni Nyoman Sidiani Br. Sianturi, yang telah memberikan dukungan baik moril maupun non-moril secara maksimal serta doa yang tiada henti dipanjatkan untuk kesuksesan penulis.
2. Saudara tercinta; kakak Samuel Pandapotan Tambunan dan adik Febby Theresia Gracetina Tambunan, yang telah memberikan dukungan dan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
3. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini akan menjadi lebih sempurna jika penulis mendapatkan masukan dari pembaca, oleh karea itu penulis berharap untuk mendapatkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam menyempurnakan Skripsi Riset Terapan

ini. Akhir kata dapat penulis katakan semoga Skripsi Riset Terapan ini dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya dengan lebih sempurna kedepannya.

Badung, 23 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, flowing letters that appear to be 'M' followed by a long horizontal stroke.

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aries Ishak Marangkup Tambunan

NIM : 1915744055

**Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/ Administrasi
Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

**"Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Hotel Radisson Blu Bali
Uluwatu"**

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, 23 Agustus 2023

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a blue official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAI TEMPEL' and a unique alphanumeric code 'AE3AKX602173332'. To the left of the stamp is a small, colorful logo featuring a bird and some text.

Aries Ishak Marangkup Tambunan

NIM. 1915744055

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bauran pemasaran yang diterapkan pada hotel Radisson Blu Bali Uluwatu dan untuk memberikan masukan berupa strategi pemasaran untuk membantu menguatkan bauran pemasaran jika ditemukan kekurangan pada saat proses evaluasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi yang nantinya data tersebut akan di olah menggunakan Teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi yang dilakukan terhadap bauran pemasaran sudah menunjukkan bahwa Radisson Blu Bali Uluwatu sudah menerapkan dengan baik namun berdasarkan hasil dari triangulasi yang dilakukan terdapat elemen bauran pemasaran yaitu promosi yang penerapannya belum maksimal. Dari hasil temuan ini dapat dilakukan penyusunan strategi promosi yang dapat membantu memaksimalkan promosi yang ada. Hasil ini memberikan kontribusi bagi perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya untuk lebih memaksimalkan semua bauran pemasaran yang telah dilakukan. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk ukuran sampel yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar dan representatif dapat dilakukan untuk mengevaluasi bauran pemasaran lainnya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Promosi, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to evaluate the marketing mix applied to the Radisson Blu Bali Uluwatu hotel and to provide input in the form of a marketing strategy to help strengthen the marketing mix if deficiencies are found during the evaluation process. The research method used is descriptive with a qualitative approach. The data collection technique carried out is by going through interviews, observation and documentation which later the data will be processed using the triangulation technique. The results of the study show that the evaluation carried out on the marketing mix has shown that Radisson Blu Bali Uluwatu has implemented it well, but based on the results of the triangulation carried out, there are elements of the marketing mix, namely promotion, whose application has not been maximized. From these findings it is possible to develop a promotion strategy that can help maximize existing promotions. This result contributes to the company and other stakeholders to further maximize all the marketing mix that has been done. Nonetheless, this study has several limitations, including a limited sample size. Therefore, further research with a larger and more representative sample can be carried out to evaluate other marketing mixes.

Keywords: Marketing Mix, Promotion, Marketing Strategy

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan dengan judul **“Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu”**.

Skripsi tersebut disusun untuk melengkapi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali. Dalam merampungkan skripsi tersebut Peneliti menjumpai kendala atau hambatan, namun semua kendala atau hambatan tersebut dapat Peneliti lalui dan selesai dengan baik berkat dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini dengan rasa hormat Peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

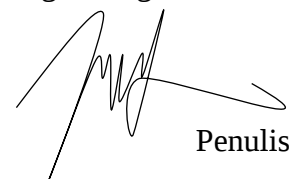
1. Bapak Tonny Liston Tambunan dan Ibu Ni Nyoman Sidiyani Br. Sianturi selaku orang tua Peneliti yang selalu mendukung secara moral maupun material dan tak henti – hentinya mendo’akan serta kepada Samuel Pandapotan Tambunan dan Febby Theresia Gracetina Tambunan selaku saudara Peneliti yang selalu direpotkan oleh Peneliti.

2. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali;
3. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.BA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan pengarahan selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali;
4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional yang memberi petunjuk serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi tersebut;
5. Ibu Ni Wayan Sumetri, SE., M.Agb selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah menuntun, memberikan dukungan, motivasi, serta saran sehingga skripsi tersebut dapat diselesaikan tepat waktu;
6. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmunya mulai dari semester I hingga semester VI, serta seluruh staf Administrasi Niaga yang telah membantu kelancaran dalam proses perkuliahan;
7. Mr. Raj Jadhav, selaku General Manager yang memberikan izin untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Radisson Blu Bali Uluwatu dan mencari data penelitian;

8. Sales & Marketing Department yang telah membantu penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan dan Skripsi;
9. Seluruh teman – teman dari Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi tersebut terselesaikan tepat waktu;
10. Kepada Aries Ishak Marangkup Tambunan yang selalu memberikan dukungan serta apresiasi kepada diri sendiri sehingga skripsi tersebut selesai tepat pada waktunya.

Peneliti berharap skripsi tersebut menjadi sempurna dan dapat memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa yang harus menuntaskan Pendidikan, karena keterbatasan kemampuan serta pengalaman Peneliti, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan. Dengan kerendahan hati, Peneliti berharap skripsi tersebut dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan informasi maupun penelitian selanjutnya.

Badung, 23 Agustus 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Telaah Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaraan	7

2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Produk.....	10
2.1.4 Harga.....	13
2.1.5 Promosi.....	15
2.1.6 Tempat	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Teori.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis dan Sumber Data	24
3.1.1 Jenis Data.....	24
3.1.2 Sumber Data.....	25
3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.1 Wawancara	26
3.2.2 Observasi	30
3.2.3 Pengumpulan Data dengan Dokumen	32
3.2.4 Triangulasi Data	32
3.3 Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum	37
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	37
4.1.2 Bidang Usaha.....	39
4.1.3 Struktur Organisasi.....	49

4.2	Hasil dan Pembahasan.....	55
4.2.1	Hasil Evaluasi Penerapan Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Radisson Blu Bali Uluwatu	55
4.2.2	Strategi Pemasaran dalam Memperkuat Bauran Pemasaran	86
4.2.3	Pembahasan.....	91
4.3	Implikasi Penelitian.....	93
4.3.1	Implikasi Teoritis	93
4.3.2	Implikasi Praktis	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Instrumen Wawancara.....	27
Tabel 3. 2 Instrumen Observasi	31
Tabel 4. 1 Triangulasi Hasil Wawancara Elemen Produk	58
Tabel 4.2 Triangulasi Hasil Wawancara Elemen Harga	64
Tabel 4.3 Triangulasi Hasil Wawancara Elemen Promosi.....	67
Tabel 4. 4 Triangulasi Hasil Wawancara Elemen Tempat.....	69
Tabel 4. 5 Hasil Observasi	73
Tabel 4. 6 Triangulasi Teknik	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	23
Gambar 4. 1 <i>Deluxe Room</i>	40
Gambar 4. 2 <i>Deluxe Panoramic</i>	41
Gambar 4. 3 <i>Deluxe Terrace</i>	42
Gambar 4. 4 <i>Studio Suites</i>	42
Gambar 4. 5 <i>Ocean View Suites</i>	43
Gambar 4. 6 <i>Articoke</i>	44
Gambar 4. 7 <i>Filini</i>	45
Gambar 4. 8 <i>Room Service</i>	45
Gambar 4. 9 <i>Lookout</i>	46
Gambar 4. 10 <i>Choka</i>	47
Gambar 4. 11 <i>Lucid Liquids</i>	47
Gambar 4. 12 <i>Spa ESC</i>	48
Gambar 4. 13 <i>Meeting Space</i>	48
Gambar 4. 14 Struktur Organisasi Radisson Blu Bali Uluwatu	49
Gambar 4. 15 Struktur Organisasi Sales & Marketing Department.....	50
Gambar 4. 16 Dokumentasi Elemen Produk.....	78
Gambar 4. 17 Dokumentasi Elemen Harga.....	79
Gambar 4. 18 Dokumentasi Elemen Promosi	80
Gambar 4. 19 Dokumentasi Elemen Tempat	81
Gambar 4. 20 Strategi Pemasaran Dalam Mengutakan Bauran Pemasaran.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Perubahan Judul Skripsi

Lampiran 2: Lembar Konsultasi Bimbingan

Lampiran 3: Bauran Pemasaran di Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu

Lampiran 4: Daftar Pertanyaan Interview

Lampiran 5: Daftar Jawaban Interview

Lampiran 6: Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam konteks industri perhotelan yang telah tumbuh menjadi lingkungan yang dinamis dan penuh persaingan, menjaga dan meningkatkan kinerja bisnis hotel bukanlah tugas yang sederhana. Dalam upaya untuk menarik perhatian serta mempertahankan pelanggan, hotel-hotel harus mengadopsi strategi pemasaran yang efektif. Efektivitas strategi pemasaran telah terbukti menjadi kunci kesuksesan bagi hotel-hotel dalam membangun keunggulan kompetitif dan mengoptimalkan pangsa pasar mereka.

Salah satu landasan utama dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang berhasil adalah konsep bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai *marketing mix*. Bauran pemasaran mencakup empat elemen penting: produk, harga, distribusi (tempat), dan promosi. Gabungan yang seimbang dan terpadu dari komponen-komponen ini mampu menciptakan pengalaman yang unik dan menarik bagi para tamu hotel. Produk yang berkualitas, penetapan harga yang tepat, aksesibilitas yang baik, dan kampanye promosi yang efektif semuanya saling berinteraksi untuk membentuk persepsi positif tentang suatu merek hotel. Salah satu contoh nyata dari komitmen terhadap penerapan

konsep bauran pemasaran yang cermat adalah Radisson Blu Bali Uluwatu. Terletak di Pulau Bali yang menjadi destinasi wisata populer, hotel mewah ini merupakan bagian integral dari jaringan hotel internasional yang telah mapan. Radisson Blu Bali Uluwatu tidak hanya harus mengakomodasi preferensi dan harapan tamu lokal, tetapi juga harus menjawab kebutuhan pasar global yang semakin beragam.

Dalam upaya untuk tetap relevan dan berdaya saing, hotel ini dituntut untuk secara terus-menerus mengembangkan strategi pemasaran yang menggambarkan dengan tepat citra mereknya sambil mempertimbangkan dinamika pasar dan perkembangan tren. Oleh karena itu, evaluasi berkala terhadap bauran pemasaran yang diterapkan oleh Radisson Blu Bali Uluwatu tidak hanya menjadi hal yang penting, melainkan menjadi keharusan.

Evaluasi ini melibatkan penilaian mendalam terhadap bagaimana hotel ini mengimplementasikan komponen-komponen bauran pemasaran dalam strategi mereka. Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau tantangan dalam penerapan juga akan dieksplorasi. Penggunaan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta perubahan dalam industri perhotelan menjadi elemen penting dalam evaluasi ini, karena hotel ini harus mampu beradaptasi dengan cepat untuk tetap relevan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui dan melihat bagaimana evaluasi bauran pemasaran yang diterapkan dengan mengangkat judul **“Evaluasi Bauran Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Hotel Radisson Blu Bali**

Uluwatu”.

Pada dasarnya, penelitian ini memiliki tujuan dalam mengevaluasi adalah untuk mengetahui sejauh mana suatu kegiatan atau program mengarah dalam mencapai dari tujuan awalnya. Menurut Ambiyar (2020) tujuan dan fungsi evaluasi adalah untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan suatu program, atau secara sederhana evaluasi bertujuan untuk membuat program menjadi lebih baik pada kesempatan berikutnya. Maka evaluasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Untuk program yang baru dimulai evaluasi dapat memberi data proses pada keberhasilan dan tantangan implementasi awal, dan untuk program yang lebih matang, evaluasi dapat memberikan hasil data peserta program.

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian penerapan dari strategi bauran pemasaran dengan karakteristik dari setiap elemen bauran pemasaran berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2016:75). Berdasarkan hasil evaluasi yang akan dilakukan tersebut, nantinya diharapkan akan dapat dirumuskan suatu rekomendasi upaya-upaya dalam peningkatan bauran pemasaran sebagai langkah untuk optimalisasi penjualan di Radisson Blu Bali Uluwatu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan peneliti diatas maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana evaluasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu?

- b. Bagaimana strategi pemasaran dalam menguatkan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengevaluasi dan mengetahui hasil bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu.
- b. Untuk merekomendasikan strategi pemasaran dalam menguatkan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan turut memberikan kontribusi positif untuk membangun wawasan dan pemikiran khususnya dalam hal merancang strategi promosi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pada kajian dengan tema yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi serta manfaat terapan khususnya bagi manajemen Hotel Radisson Blu Bali Uluwatu dan perusahaan lain pada umumnya, mengenai bauran pemasaran.

1.5 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Pada bab ini juga terdapat secara sistematis tentang pembahasan hasil – hasil penelitian sebelumnya.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai informasi tentang penelitian yang dimana dalam metode penelitian tersebut berisikan lokasi penelitian, objek penelitian, identifikasi variable, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan Teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dipaparkan terlebih dahulu mengenai gambaran umum dari perusahaan tempat penelitian dilaksanakan. Kemudian pada bagian ini memuat hasil dari analisis dan pembahasan yang menjawab rumusan masalah pada Bab I.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian penutup dari isi penelitian. Bab ini berisi simpulan dan saran, bagian ini berfungsi untuk menyimpulkan dan menutup bagian akhir dari penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah membahas hasil dari pengumpulan data maka penelitian ini telah sampai pada kesimpulan. Berdasarkan hasil dan pembahasan, hotel Radisson Blu Bali Uluwatu menerapkan keempat elemen bauran pemasaran. Setelah dilakukan evaluasi, berdasarkan analisis keempat elemen bauran pemasaran tersebut sebagian besar telah sesuai dengan karakteristik dari masing-masing elemen. Maka dapat disimpulkan hotel Radisson Blu Bali Uluwatu telah menerapkan bauran pemasaran dengan efektif namun masih perlu ditingkatkan terutama dari elemen promosi.

Berdasarkan hasil evaluasi kemudian disusun rekomendasi strategi pemasaran yang mungkin dapat dilakukan oleh perusahaan. Rekomendasi diberikan untuk membantu menguatkan penerapan elemen promosi pada bauran pemasaran. Dengan menerapkan rekomendasi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari hotel Radisson Blu Bali Uluwatu.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel yang digunakan. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menetapkan narasumber melalui *purposive sample*. Hal ini menyebabkan sampel yang penulis gunakan memiliki kuantitas yang sedikit dibandingkan jumlah populasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta penarikan kesimpulan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran dapat diterapkan oleh pihak Radisson Blu Bali Uluwatu untuk kedepannya. Penerapan elemen utama bauran pemasaran 4P dapat ditingkatkan lagi terutama pada bagian promosi dengan menggunakan alat penunjang berupa informasi produk dalam format yang menarik, seperti infografis dan video promosi. Pihak manajemen juga dapat memulai untuk menerapkan promosi melalui fitur Instagram Ads. dan TikTok Ads. Hal ini disarankan karena dengan menggunakan media internet, maka informasi akan menyebar dengan lebih cepat dan lebih luas. Pihak hotel juga perlu memperhatikan 3P (*People, Process, Physical Evidence*) yang merupakan turunan dari 4P utama sehingga hotel dapat mempertahankan citra merk yang sudah dibangun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aggraeni, C. V. (2014). Analisis Sistem dan Prosedur Akuntansi Jasa Penjualan Kamar dan Jasa Restoran Hotel Dalam Upaya Peningkatan Pengendalian Intern (Studi pada UB Hotel Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023). *Kunjungan Wisatawan*. [Http://Www.Bps.Go.Id/](http://www.bps.go.id/).
- Buchari Alma, 2015. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta. Bandung
- Burhan, I., Afifah, N., & Sari, S. N. (2022). Metode penelitian kuantitatif. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Pasuruan: CV Qiara Media Partner.
- Gunawan, G. L. C. (2020). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Hakim, Mariska. (2022). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19
- Jessica. (2016). Evaluasi Strategi Pemasaran Pada Josh Café Di Purworejo, Jawa Tengah.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition,. In Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Bauran Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. United States America: Pearson Education.
- Kusumastuti, Sri Yani. (2017). Evaluasi Bauran Pemasaran 7P Berdasarkan Persepsi Pelanggan Pedagang Gula MK Produksi PT. Madubaru Pg. Madukismo
- Limakrisna, Nandan danTogi Parulian Purba, (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* Edisi 2, Mitra Wacana Media, Jakarta.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- M., Asmara, Oloan., Amilia, Surui. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Makeover di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1).
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Mulyani, H. A. (2019). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP PARIWISATA PADA TALANG INDAH PAJARISUK* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Pringsewu).
- Nurwahid, S. (2019). *PENGARUH RESERVASI HOTEL MELALUI TRAVEL AGENT DAN ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP OCCUPANCY PADA HOTEL IBIS JAKARTA SENEN* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Nurainina, F., & Asmara, K. (2022). Jumlah Wisatawan, Jumlah Hotel, dan Jumlah Objek Wisata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tuban. *Jurnal Ekobistek*, 245-250.
- Nurmasari, I. (2017). Analisis Current Ratio, Return on Equity, Debt to Equity Ratio dan Pertumbuhan pendapatan berpengaruh terhadap return saham pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia 2010-2014. *Jurnal Kreatif*, 5(1), 112-131.
- Pertiwi, R. D., & SE, M. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Deepublish
- Putri. (2011). *Evaluasi Bauran Pemasaran Berbasis Pemakai Di Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Riyono, (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal : STIE Semarang*, Vol 8, No.1
- Sabran, Rini, Noer. (2014). *Evaluasi Bauran Pemasaran Di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin*

- Setiawan, H., & Bustan, J. (2017). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(1), 1-12.
- Sugiyono. (2015). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN BISNIS (S. Y. Suryandari, Ed.; ke-3). Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi. 20018, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Widana, I. P. S. P. (2022). Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan kamar pada masa pandemi covid-19 di hotel sheraton bali kuta resort: Promotional strategy to increase room sales during the covid-19 pandemic at sheraton bali kuta resort. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(2), 349-360.
- Wijaya, M. D., Indraningrat, A. A. G., & Idawati, I. A. A. (2022). Pemberdayaan kelompok pemandu wisata sebagai kader tanggap covid-19 dan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam mendukung usaha travel. *Buletin Udayana Mengabdi*, 21(02), 140-145.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Yonaldi, S. (2018). Kewirausahaan Bagi Industri Kecil Menengah Di Kota Padang Dalam Rangka Peningkatan Kemampuan Manajemen Dan Perluasan Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 1(1 Septembe), 8-26.