

ABSTRAK

Banyak persaingan pasar dalam bidang jasa perhotelan , srategi promosi merupakan salah satu cara untuk menarik minat konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan.Dengan promosi ini pula diharapkan dapat merebut, mempertahankan sekaligus dapat meningkatkan volume penjualan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah bauran promosi yang dilakukan oleh Hotel Grand Clarion dan Convention Makassar mempunyai pengaruh terhadap peningkatan penjualan kamar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan penjualan kamar di Hotel Grand Clarion dan Convention Makassar. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi manajer hotel dalam menentukan pengaruh bauran promosi terhadap penjualan kamar, serta menggunakan beberapa variabel lainnya dari bauran promosi. Penelitian ini didasarkan pada penggunaan data semua biaya promosi yang dikeluarkan serta hasil penjualan kamar di Hotel Grand Clarion dan Convention Makassar dalam lima tahun terakhir. Data tersebut kemudian diolah dengan menghitung persentase menggunakan metode regresi sederhana pada program SPSS. Hasil yang diperoleh membuktikan adanya pengaruh positif bauran promosi terhadap peningkatan penjualan kamar di Hotel Grand Clarion dan Convention Makassar.

Kata kunci: bauran promosi, penjualan kamar