

ABSTRAK

NURJANNAH, Tahun 2019, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Pada Ramedo Hotel Makassar, Skripsi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Dr. Agus Salim Harrang dan Pembimbing II Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Promosi (advertising, personal selling, sales promotion dan publicity) Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Pada Ramedo Hotel Makassar. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil selama 3 tahun atau 36 bulan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi atau mengambil data dari hotel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kuantitatif dan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 25. Analisis regresi linear berganda, Uji persial (t), Koefisien determinasi (R), uji simultan (uji-F). Uji hipotesis hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara pengaruh bauran promosi (advertising, personal selling, sales promotion dan publicity) Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Pada Ramedo Hotel Makassar.

Kata Kunci : *Bauran Promosi, Peningkatan Hunian Kamar.*

ABSTRACT

NURJANNAH, 2019, Influence of Promotion Mix on Room Occupancy Improvement at Ramedo Hotel Makassar, Thesis Management study program at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by Advisor I Dr. Agus Salim Harrang and Advisor II Ismail Rasulong.

This study aims to determine the effect of Promotion Mix (advertising, personal selling, sales promotion and publicity) on Room Occupancy Improvement at Ramedo Hotel Makassar. In this study, samples were taken for 3 years or 36 months. This research uses quantitative methods. The technique of collecting data uses documentation or retrieving data from the hotel. The data analysis technique used in this study is Quantitative Analysis and data analysis methods using the help of SPSS version 25. Multiple linear regression analysis, persial test (t), coefficient of determination (R), simultaneous test (F-test). Hypothesis testing results show that there is a significant positive effect between the influence of the promotion mix (advertising, personal selling, sales promotion and publicity) on Room Occupancy Improvement at Ramedo Hotel Makassar.

Keywords: *Promotion Mix, Increased Room Occupancy*