

ANALISIS MARKETING COMMUNICATION MIX PADA CORE HOTEL YOGYAKARTA

Bambang Tri Guntoro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *marketing communication mix* yang dilakukan Core Hotel Yogyakarta. *Marketing communication mix* adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian yang hanya menggambarkan tentang suatu variabel, gejala atau kejadian. Metode pengumpulan data adalah wawancara dan observasi. Core Hotel Yogyakarta menerapkan pemasaran langsung dan penjualan pribadi dalam *marketing communication mix*. Pemasaran langsung yang digunakan adalah *telemarketing* dan *direct mail marketing*. Sedangkan penjualan pribadi dengan memanfaatkan tenaga penjualan untuk melakukan kunjungan ke perusahaan-perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dari pemasaran langsung belum efektif karena banyaknya database yang tidak valid dan kurangnya *follow up* dari *sales*. Sedangkan penjualan pribadi sudah efektif, tetapi masih perlu menambah tenaga penjual lagi. Dengan penerapan pemasaran langsung dan penjualan pribadi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci: *Marketing Communication Mix, Pemasaran Langsung, Penjualan Pribadi.*

MARKETING COMMUNICATION MIX ANALYSIS AT YOGYAKARTA CORE HOTEL

Bambang Tri Guntoro

Abstract

This study aims to find out the implementation of Marketing Communication Mix conducted by Core Hotel Yogyakarta. Marketing Communication Mix is a form of marketing communication that is a marketing activity that seeks to disseminate information, influence, persuade, and or remind the target market of the company and its products to be willing to accept, buy, and be loyal to the product offered. This research uses descriptive qualitative method which only describes a variable, symptom or event. Data collection methods are interviews and observations. Core Hotel Yogyakarta applies direct marketing and personal sales in marketing communication mix. Direct marketing used is telemarketing and direct mail marketing. While personal selling is carried out by utilizing sales people to make visits to companies. Based on the results of research conducted by the author, direct marketing has not been effective because of the many invalid databases and lack of follow-up from sales. While personal selling is effective, still it needs to add more salespeople. With proper application of direct marketing and personal selling, it is expected to increase company sales.

Keywords: *Marketing Communication, Direct Marketing, Personal Selling.*