

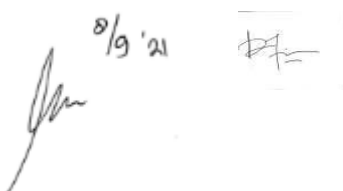
# IMPLEMENTASI PROMOSI PENJUALAN PADA HOTEL HORIZON ULTIMA RATU SERANG

Dea Anugrah

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran promosi penjualan seperti yang diterapkan Hotel Horison Ultima Ratu Serang. Komunikasi pemasaran sarana yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasikan, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk-produk dan merek yang dijual. Promosi penjualan merupakan alat insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk maupun jasa. Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi tugas tindakan dan memastikan proses tersebut mencapai tujuan yang dinyatakan dalam rencana. Tugas Akhir ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Berdasarkan pengolahan data kuesioner penulis menggunakan metode *arithmetic mean* dan skala pengukuran *likert*. Hasil analisis pada 100 responden yang pernah menginap pada Hotel Horison Ultima Ratu Serang. Hasil uji *arithmetic mean* pada variabel promosi penjualan termasuk dalam kategori sangat setuju dengan nilai skor 4,3. Hasil tersebut dikatakan sangat setuju karena sesuai antara tujuan promosi penjualan dengan aktivitas promosi penjualan yang ada pada Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Pemasaran, Promosi Penjualan.*

 8/9 '21

**IMPLEMENTATION OF SALES PROMOTION AT HOTEL HORISON  
ULIMA RATU SERANG**

***Dea Anugrah***

***Abstract***

*This study aims to determine the implementation of sales promotion marketing communications as applied by Hotel Horison Ultima Ratu Serang. Marketing communication is a means used to inform, persuade, and remind consumers, either directly or indirectly, about the products and brands being sold. Sales promotion is a short-term incentive tool to encourage the purchase or sale of products or services. Marketing implementation is the process that turns the marketing plan into action tasks and ensures that the process achieves the goals stated in the plan. This final project is a research with quantitative method. Based on the data processing of the questionnaire, the writer uses the arithmetic mean method and the Likert scale of measurement. The results of the analysis on 100 respondents who have stayed at the Horison Ultima Ratu Serang Hotel. The results of the arithmetic mean test on the sales promotion variable are included in the category of strongly agree with a score of 4.3. The results are said to be very agreeable because they match the sales promotion objectives with the existing sales promotion activities at the Horison Ultima Ratu Serang Hotel.*

***Keywords:*** *Marketing Communication, Sales Promotion.*