

ABSTRACT

Farida Mutia Agustin. "Effectiveness Analysis of Promotion Strategy at Kemuning PKP-RI Hotel in Pamekasan ". A thesis. Economic Faculty, University of Trunojoyo Madura. Advisor I: Dr. Ir. Nurita Andriani, MM; Advisor II: Yustina Chrismardani SSi, MM

Kemuning Hotel which located in Pamekasan undergount a descent amount of guests who stayed there, as this case there were some Hotels in Pamekasan undergone the descent amount of guests. It could happen since there was a great competition among Hotels in Pamekasan. Moreover, the amount of the guest was high enough, but in fact Kemuning Hotel was not an icon of popular Hotel in Pamekasan. The aim this research was to know the effectivity of promotion which was done by Kemuning Hotel PKP-RI Pamekasan.

This research used quantitative descriptive method. The population of this research was the consumer who stayed in Kemuning Hotel PKP-RI in Pamekasan. Technic of data sampling which was used Accidental Sampling . The amount of sample in this research was 100 respondents. The technique of data analysis used Epic Model

This result of calculation of Epic Model shown that the avarage of Empathy Dimension was 3,19 or in the scale effective enough, Persuasion Dimension was 3,39 or effective enough, Effect Dimension was 3,825 or effective, Communication Dimension was 3,46 or effective. The whole result by using Epic Rate was 3,466. This result was in indeed in effective scale. The result of Epic Rate shown that the promotion was effective

Keywords: Promotion Effectivity, Emphathy, Persuasion, Effect and Communication

ABSTRAK

Farida Mutia Agustin, Analisis Efektivitas Strategi Promosi Hotel Kemuning PKP-RI Pamekasan. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Dosen Pembimbing I : Dr. Ir. Nurita Andriani, MM; Dosen Pembimbing II : Yustina Chrismardani SSi, MM.

Hotel Kemuning Pamekasan mengalami penurunan jumlah tamu menginap meski tidak signifikan, dan pada tahun tersebut ada beberapa hotel di Pamekasan yang mengalami peningkatan jumlah tamu. Bisa dikatakan hal ini disebabkan oleh persaingan yang ketat antar sesama bisnis hotel yang ada di Pamekasan. Terlebih lagi meski jumlah tamu yang menginap cukup tinggi, namun kenyataannya Hotel Kemuning bukanlah merupakan *icon* hotel yang cukup dikenal di Pamekasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas promosi yang dilakukan oleh Hotel Kemuning PKP-RI Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Hotel Kemuning PKP-RI Pamekasan. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling* Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan EPIC Model.

Hasil dari perhitungan EPIC Model menunjukkan bahwa Dimensi Empati memiliki rata – rata 3,19 atau berada pada rentang skala cukup efektif, Dimensi Persuasi memiliki rata – rata 3,39 atau berada pada rentang skala cukup efektif, Dimensi Dampak memiliki rata – rata 3,825 atau berada pada rentang skala efektif, Dimensi Komunikasi memiliki rata – rata 3,46 atau berada pada rentang skala efektif. Hasil nilai keseluruhan dengan menggunakan EPIC Rate adalah 3,466. Nilai ini berada pada rentang skala efektif. Nilai EPIC Rate yang dihasilkan menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan efektif.

Kata kunci :Efektivitas Promosi, Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi.