

MARKETING MIX STRATEGY HOTEL BINTANG TIGA: STUDI KASUS PAPYRUS TROPICAL HOTEL

SEKAR AYU DWI LESTARI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Marketing Mix Startegy* Hotel Bintang Tiga: Studi Kasus Papyrus Tropical Hotel” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2025

Sekar Ayu Dwi Lestari
K14190035

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

SEKAR AYU DWI LESTARI. *Marketing Mix Strategy* Hotel Bintang Tiga: Studi Kasus Papyrus Tropical Hotel. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI dan ASADUDDIN ABDULLAH.

Papyrus Tropical Hotel, menghadapi tantangan mempertahankan daya saing di industri perhotelan bintang tiga di Kota Bogor dan tantangan penerapan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran melalui *segmenting, targeting, differentiation, positioning* dan *marketing mix* 7P, menganalisis kinerja pemasaran dalam memenuhi kepentingan pelanggan dengan *marketing mix* 7P, dan rekomendasi perbaikan kinerja pemasaran yang rendah dengan *marketing mix* 4C. Penelitian ini bertempat di Papyrus Tropical Hotel, dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai penentuan responden. Pada analisis dan pengolahan data penelitian menggunakan metode analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta metode IPA. Hasil penelitian menunjukkan ada 2 indikator (kuadran I) menjadi prioritas utama perbaikan, yaitu fasilitas kamar dan lokasi mudah dilihat. Rekomendasi perbaikan diintegrasikan dengan *marketing mix* 4C, yaitu menyesuaikan fasilitas kamar dan meningkatkan visibilitas lokasi hotel dengan keterlibatan pelanggan yang dikembangkan lagi berdasarkan konsep *co-creation, currency, communal activation*, dan *conversation*.

Kata kunci: hotel, IPA, *marketing mix*, tingkat kepentingan, tingkat kinerja

ABSTRACT

SEKAR AYU DWI LESTARI. *Marketing mix Strategy of Three-Star Hotels: A Case Study of Papyrus Tropical Hotel*. Supervised by POPONG NURHAYATI and ASADUDDIN ABDULLAH.

Papyrus Tropical Hotel, faced the challenge of maintaining competitiveness in the three-star hotel industry in Bogor City and the challenge of implementing a marketing strategy. This research aims to identify marketing strategies through *segmenting, targeting, differentiation, positioning* and *marketing mix* 7P, analyze marketing performance in meeting customer interests with *marketing mix* 7P, and recommendations for improving low marketing performance with *marketing mix* 4C. This study took place at the Papyrus Tropical Hotel, using the *purposive sampling* method as a determination of respondents. In the analysis and processing of research data using descriptive analysis methods, validity and reliability tests, and IPA methods. The results of the study show that there are 2 indicators (quadrant I) that are the main priority for improvement, namely room facilities and easy-to-see locations. Recommendations for improvement are integrated with the 4C marketing mix, namely adjusting room facilities and increasing the visibility of hotel locations with customer involvement which is further developed based on the concepts of *co-creation, currency, communal activation*, and *conversation*.

Keywords: hotel, importance level, IPA, marketing mix, performance level



- 

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

***MARKETING MIX STRATEGY* HOTEL BINTANG TIGA: STUDI KASUS PAPYRUS TROPICAL HOTEL**

SEKAR AYU DWI LESTARI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc
2. Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si.

Judul Skripsi : *Marketing Mix Strategy* Hotel Bintang Tiga: Studi Kasus Papyrus Tropical Hotel

Nama : Sekar Ayu Dwi Lestari
NIM : K14190035

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.



Pembimbing 2:
Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian: 13 Desember 2024

Tanggal Lulus: 9 Januari 2025



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2024 sampai bulan Juli 2024 ini ialah marketing, dengan judul “*Marketing Mix Strategy* Hotel Bintang Tiga: Studi Kasus Payrus Tropical Hotel”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. dan Bapak Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik Bapak Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso M.Sc., moderator seminar Ibu Fithriyyah Shalihati S.E., M.M., dan penguji luar komisi pembimbing Ibu Febriantina Dewi S.E., M.M., M.Sc. dan Ibu Khairiyah Kamilah S.E., M.Si.. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada pihak Papyrus Tropical Hotel yang telah membantu selama pengumpulan data.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua penulis, yaitu Ibu Yulfrida dan Bapak Hudi Kusmanto, serta Adik Ahza, Mbah Uti, dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis selama ini. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman SB 56, teman-teman KKN, teman-teman terdekat lainnya, dan semua pihak yang telah membantu dan membersamai penulis dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesai.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2025

Sekar Ayu Dwi Lestari

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Industri Jasa	9
2.2 Hotel	10
2.3 <i>Marketing</i>	16
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Pemikiran	26
III METODE	29
3.1 Waktu dan Tempat	29
3.2 Jenis dan Sumber data	29
3.3 Teknik Penentuan Responden	29
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	30
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	33
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.2 Strategi Pemasaran Papyrus Tropical Hotel	39
4.3 Karakteristik Responden	45
4.4 Uji Instrumen Penelitian	48
4.5 Analisis Tingkat Kinerja Pemasaran Papyrus Tropical Hotel terhadap Kepentingan Pelanggan	49
4.6 Rekomendasi Perbaikan Pemasaran Papyrus Tropical Hotel	62
V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	77
RIWAYAT HIDUP	87



DAFTAR TABEL

1.1	Klasifikasi dan jumlah hotel berbintang di Indonesia	1
1.2	Data hotel bintang tiga radius 5 km dari Papyrus Tropical Hotel	2
2.1	Klasifikasi hotel bintang tiga	11
2.2	Variabel segmentasi utama	17
2.3	Penelitian terdahulu	21
3.1	Jenis dan sumber data	29
3.2	Definisi operasional variabel	30
3.3	Kategori skala penilaian	34
4.1	Harga kamar Papyrus Tropical Hotel	41
4.2	Usia responden	46
4.3	Jenis kelamin responden	46
4.4	Domisili responden	46
4.5	Pekerjaan responden	46
4.6	Tujuan responden menginap	47
4.7	Sumber informasi responden	47
4.8	Hasil uji validitas	48
4.9	Hasil uji reliabilitas	49
4.10	Hasil perhitungan IPA	49
4.11	Action or hold setiap indikator	51
4.12	Hasil kuadran I	53
4.13	Hasil kuadran II	54
4.14	Hasil kuadran III	57
4.15	Hasil kuadran IV	61

DAFTAR GAMBAR

1.1	Occupancy rate Papyrus Tropical Hotel 2018 hingga 2022	3
1.2	Pertumbuhan penjualan kamar Papyrus Tropical Hotel 2018 hingga 2022	3
1.3	Profil Instagram Papyrus Tropical Hotel	4
1.4	Engagement rate Instagram Papyrus Tropical Hotel	5
1.5	Website Papyrus Tropical Hotel	5
1.6	Website performance pada Papyrus Tropical Hotel	6
2.1	Struktur organisasi hotel (umum)	11
2.2	Customer value-driven marketing strategy	17
2.3	Kerangka pemikiran	27
3.1	Diagram kartesius IPA	36
4.1	Logo Papyrus Tropical Hotel	37
4.2	Struktur organisasi Papyrus Tropical Hotel	38
4.3	Jalan masuk Papyrus Tropical Hotel	40
4.4	Engagement rate Instagram Papyrus Tropical Hotel	42
4.5	Website performance Papyrus Tropical Hotel	42
4.6	Papan nama Papyrus Tropical Hotel	43
4.7	Desain bangunan hotel	43
4.8	Fasilitas kamar hotel	44
4.9	Fasilitas pendukung Papyrus Tropical Hotel	44

DAFTAR GAMBAR (*LANJUTAN*)

4.10	Simbol dan tata tertib Papyrus Tropical Hotel	44
4.11	Diagram kartesius IPA	52
4.12	Contoh pengembangan <i>platform digital</i>	64
4.13	Contoh desain penunjuk arah	65
4.14	Contoh kolaborasi bersama <i>Influencer</i>	66
4.15	Contoh lokasi hotel sebagai pusat aktivitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar pertanyaan wawancara Papyrus Tropical Hotel	78
2	Kuesioner untuk responden	79
3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	85



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.