

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL
GRAND ORRI BERASTAGI**

SKRIPSI

**Disusun Dan Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan
Syarat – Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Quality**

Oleh :

**MASRUL AMIN
NPM : 1302020047**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS QUALITY
MEDAN
2019**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL
GRAND ORRI BERASTAGI**

Nama : Masrul Amin
NPM : 1302020047
Program Studi : Manajemen

Disetujui :

Pembimbing Utama :

Dra. Menanti Sembiring, M.M
Tanggal :

Pembimbing Pendamping

Ingan Ukur Br Sitepu, SE., M.M
Tanggal :

Diketahui

Ketua Program Studi Manajemen

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si
Tanggal :



UNIVERSITAS QUALITY
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

ANALISIS PEMASARAN HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI

Disusun Oleh

MASRUL AMIN

1302020047

Program Studi Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana

Pada tanggal, 2 Juli 2019

Disetujui :

Pembimbing Utama

Dra. Menanti Sembiring, MM

Tanggal :

Pembimbing Pendamping

Ingan Ukur Br Sitepu, SE., MM

Tanggal :

Ketua Program Studi Manajemen

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ami Dilham, SE, M.Si

Tanggal :



UNIVERSITAS QUALITY

FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

BERITA ACARA MEJA HIJAU SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Quality Medan
Nomor /I/FE/UQ/VII/2019 Tanggal : 2 Bulan Juli Tahun 2019, telah dilaksanakan Ujian
Meja Hijau/Skripsi Program S-1 untuk tahun 2019 :

1. Nama : MASRUL AMIN
2. NPM : 1302020047
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Hotel Grand Orri Berastagi.
5. Tanggal Ujian : 2 Juli 2019
6. Waktu Ujian : 08.00 WIB s/d selesai
7. Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Medan
8. Lulus Ujian
Dengan nilai : B+
9. Keterangan

DOSEN PENGUJI

1. Dra. Menanti Sembiring, MM (.....)
2. Ingan Ukur Br Sitepu, SE.,M.M (.....)
3. Jupianus Sitepu, SE.,M.M (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Ami Dilham, SE.,M.Si

Sekretaris

Rikawati Ginting Munthe, SE.,M.Si

Diketahui/Disetujui

Ami Dilham, SE.,M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Masrul Amin
NPM : 1302020047
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis dengan judul : “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI” Merupakan hasil karya asli penulis, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau diterbitkan oleh penulis lain kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dibuat dalam daftar pustaka.

Jika Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi maupun plagiasi dari hasil karya penulis lain dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan Skripsi dan pencabutan gelar yang penulis peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas skripsi ini.

Demikianah surat pernyataan ini saya buat sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2019

ang menyatakan



Masrul Amin

NPM : 1302020047

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat serta berkat-Nya yang berkelimpahan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI”**, dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik moral maupun moril spiritual, maka dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ami Dilham SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Quality.
2. Ibu Rikawati Br. Ginting, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Quality.
3. Ibu Dra Menanti Sembiring, MM selaku pembimbing I peneliti yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ingan Ukur Sitepu, SE., MM sebagai pembimbing pendamping peneliti yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan arahan serta bantuan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Quality telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti.
6. Kepada orang tua yang peneliti kasihi dan sayangi, yang telah banyak memberikan dukungan baik moral maupun material.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi menyempurnakan penulisan skripsi ini, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

Medan, Juli 2019

Peneliti,



Masrul Amin
NPM : 1302020047

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Pemasaran	6
2.1.2 Ciri – Ciri dan Manfaat Strategi	7
2.1.3 Manfaat Strategi	9
2.1.4 Tingkatan Strategi	10
2.1.5 Jenis – Jenis Strategi	12
2.1.6 Indikator Strategi Pemasaran	14
2.2 Pemasaran	15
2.2.1 Pegertian Pemasaran	16
2.2.2 Strategi Pemasaran	17
2.2.3 Strategi Umum dan Menyeluruh Pemasaran	18
2.2.4 Strategi Sasaran Pasar	19
2.2.5 Strategi Umum Pemasaran	21
2.3 Sasaran Pasar / Target Pasar	22
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.5 Kerangka Pemikiran	24
2.6 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Waktu Penelitian	26
3.1.2 Waktu Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	27

3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.3 Defenisi Operasional	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Deskriptif	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Sejarah Singkat Hotel Grand Orri	30
4.2 Visi dan Misi Hotel Grand Orri Berastagi	31
4.2.1 Visi	31
4.2.2 Misi	31
4.3 Struktur Organisasi Hotel Grand Orri Berastagi	32
4.3.1 Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi Hotel Grand Orri Berastagi	33
4.4 Analisis Strategi Pemasaran	40
4.4.1 Kunjungan Tamu pada Hotel Grand Orri Berastagi pada Pada Tahun 2016 – 2018	54
4.5 Pembahasan	55
4.5.1 Strategi Pemasaran yang Dilaksanakan	58
4.5.2 Volume Kunjungan	60
BAB V KESIMPULAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Tamu Grand Orri Berastagi Tahun 2016 – 2018.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Dan Hunian Kamar Hotel Grand Orri Pada Tahun 2016 – 2018.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 25

