

## **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ORRI BERASTAGI**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Grand Orri Berastagi Jalan Jamin Ginting Desa Lau Gumba Berastagi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang dijalankan oleh Hotel Grand Orri Berastagi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan menggali informasi yang ada di Hotel Grand Orri Berastagi mengenai strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Grand Orri Berastagi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Hotel Grand Orri Berastagi untuk meningkatkan volume penjualan kamar dan kunjungan tamu diperoleh bahwa jumlah kamar yang terpakai (*room sold*) rata-rata sebanyak 3746 kamar dibagi 200 hari atau sebesar 19 kamar. Kamar yang tersedia untuk dijual (*room available for sale*) adalah sebanyak 64 kamar.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran**

*ANALYSIS OF HOTEL MARKETING STRATEGY  
GRAND ORRI BERASTAGI*

*ABSTRACT*

*This research was conducted at the Grand Orri Berastagi Hotel, Jalan Jamin Ginting, Lau Gumba Berastagi Village. This study aims to find out how the Marketing Strategy is run by the Grand Orri Berastagi Hotel.*

*Data collection is done by interviewing and digging up information on the Grand Orri Berastagi Hotel regarding the marketing strategy carried out by the Grand Orri Berastagi Hotel. The method used in this study is a qualitative descriptive analysis method. The results of this study indicate that the marketing strategy used by the Grand Orri Berastagi Hotel to increase the volume of room sales and guest visits shows that the number of rooms sold (room sold) an average of 3746 rooms divided by 200 days or 19 rooms. Rooms available for sale (room available for sale) are 64 rooms.*

*Keywords: Marketing Strategy*