



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

## INTISARI

### PERAN SALES MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN DI HOTEL GRAND AMBARUKMO YOGYAKARTA

CAHYA KARTIKA S, Arina Pramusita, S.I.P., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

*Pertumbuhan hotel di Yogyakarta yang semakin pesat karena meningkatnya kunjungan wisatawan. Untuk menunjang penjualan hotel maka peran marketing, online maupun offline sangat berpengaruh. Penelitian dengan judul “Peran Sales Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran di Hotel Grand Ambarrukmo Yogyakarta” memiliki rumusan masalah bagaimana strategi online marketing yang dilakukan hotel Grand Ambarrukmo. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui langkah sales marketing dalam mengembangkan pemasaran.*

*Penelitian ini menggunakan hukum kualitatif. Adapun dasar masukan yang digunakan adalah wawancara dengan customer hotel dan pihak hotel Grand Ambarukmo yang akan diolah secara deskriptif analisis*

*Berdasarkan analisa data yang dibuat, didapatkan hasil akhir yaitu cara promosi yang dilakukan Grand Ambarukmo adalah online dan offline marketing. Dalam promosinya, Hotel Grand Ambarukmo menggunakan instagram, facebook dan website untuk iklan. Semua promosi online dilakukan secara rutin tanpa meninggalkan promosi offline dan tetap dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemasaran hotel.*

Kata Kunci : *sales marketing, efektivitas, hotel*

### ***ABSTRACT***

The growth of hotels in Yogyakarta is increasing rapidly due to the increase in tourist visits. To support hotel sales, the role of marketing, online and offline is very influential. The research entitled "The Role of Sales Marketing in Efforts to Increase Marketing at the Grand Ambarrukmo Hotel Yogyakarta" has a problem formulation of how the online marketing strategy is carried out by the Grand Ambarrukmo hotel. The purpose of this study is to determine the steps of sales marketing in developing marketing.

This research uses qualitative law. The basic input used is interviews with hotel customers and the Grand Ambarukmo hotel which will be processed using descriptive analysis

Based on the analysis of the data made, the final result is that the promotion method carried out by Grand Ambarukmo is online and offline marketing. In its promotion, Hotel Grand Ambarukmo uses brochures, billboards, pamphlets, Instagram, Facebook and websites for advertisements. All online promotions are carried out regularly without leaving offline promotions and can still have a positive impact on increasing hotel marketing.

Keywords: sales, marketing, guest, hotel