

## INTISARI

Pariwisata di Indonesia yang berkembang pesat meningkatkan devisa negara, salah satu kota yang menjadi tujuan wisatawan setelah Bali dan Lombok adalah Yogyakarta. Meningkatnya wisatawan di Yogyakarta ini menjadi faktor utama dalam melengkapi fasilitas pariwisata, salah satunya adalah akomodasi. Akomodasi yaitu tempat beristirahat bagi wisatawan dengan berbagai macam fasilitas, akomodasi ini seperti hotel berbintang atau non-bintang. Hotel yang menjamur di Yogyakarta membawa daya saing antar kompetitor semakin tinggi. Departemen di hotel yang berinteraksi langsung dengan wisatawan untuk mempromosikan produk yang dijualnya adalah *Sales and Marketing Department*. *Sales and Marketing Department* ini memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli bagi tamu hotel. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh *Sales and Marketing Departement* di Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta dalam meningkatkan minat beli tamu hotel. Metode penelitan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi partisipatori, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi dari buku panduan Horison *Character Building*. Data pimer diperoleh dari wawancara semi terstruktur dan observasi partisipatori, sementara itu untuk data sekunder didapatkan dari hasil dokumentasi. Analisis data dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, verifikasi data, dan yang terakhir adalah kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu *Sales and Marketing* Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta menggunakan strategi *Marketing Mix* dengan pedoman 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence*) dalam meningkatkan minat beli tamu hotel yang dilihat keberhasilannya dari *Key Performance Indicator*. Strategi *Sales and Marketing Departement* Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta dalam meningkatkan minat beli tamu hotel secara keseluruhan sudah berjalan dengan lancar bisa dilihat dari kepuasan *customer* yang menilai kualitas serta kebersihan Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta, penerapan *Standart Operational Prochedure* (SOP) yang dilakukan oleh karyawan, penentuan harga serta pembuatan paket produk yang bervariasi, dan lokasi dari Hotel Horison Urip Sumoharjo yang strategis. Faktor yang perlu ditingkatkan lagi yaitu dari promosi produk yang dimiliki oleh Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta dan jumlah Sumber Daya Manusia atau *staff* dari Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta yang perlu ditambahkan supaya promosi hotel bisa berjalan dengan lebih lancar.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Minat Beli, Horison, Yogyakarta,

## ABSTRACT

*Rapidly expanding tourism boosted foreign exchange reserves, one of the cities which became the destination for tourist after Bali and Lombok is Yogyakarta. Increase the tourist at Yogyakarta here make up the main factor in supplement tourism facilities, which is an accomodation. Accomodation are the place for tourist with various facilities, the accomodation are like starry and non-star hotels. The hotel that sprang up in Yogyakarta bringing the competitiveness up. The department at the hotel who interacting with tourist to promote the products is Sales and Markeiting Department. Sales and Marketing Department play the important role in the growing interest buying for guest on the hotel. The purpose of this research is to find out which marketing mix strategy that Sales and Marketing Department at the Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel interset in buying hotel guests. The research method used in this final drafting is a qualitative descriptive study method. Using partisopaton observatioal data collection techniques, semi-structured interviews, and documentation from Horison Character Building books. Primary data are obtained from semi-structured interview and participative observations, while for secondary data it comes from the documented results of the writer. Data analysis start with data reduction, data verification, and finally results from this study: Sales and Marketing Department at the Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel is using 7P ( Product, Price, Promotion, Place, People, Process, and Physical Evidence) in increasing interest in buying a hotel guests that seen with Key Performance Indicator. Strategy Sales and Marketing Department at the Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel increase the interest of buying guests the hotel as a whole is going well according to the consumer satisfication that the quality and cleanliness of the Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel must be made, its performance of rendered Standart Operational Prochedure (SOP) by employees, its derivative value, packaging of the package, and the location of Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel is the strategic location. Another factor is the promotion of the product owned by the Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel and the total staff from Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta's Hotel that needs to be added so the hotel's promotion can run with more fluently.*

*Keywords : Marketing Mix, Interest Buying, Horison, Yogyakarta.*