

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi Hotel Surya Yudha Banjarnegara yang sudah dilakukan, bagaimana efektivitasnya dalam menarik dan bagaimana strategi yang tepat untuk menambah jumlah kunjungan tamu di Hotel Surya Yudha Banjarnegara sehingga diperlukan analisis strategi promosi yang tepat pada target pasar dengan menggunakan teori segmentasi pasar, target pasar dan penetapan posisi dan strategi promosi yang diturunkan melalui bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Survey dilakukan kepada para tamu yang menginap di Hotel Surya Yudha Banjarnegara untuk mendapatkan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Sementara itu, data yang diperoleh melalui proses observasi dan wawancara diolah menggunakan metode kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Hotel Surya Yudha Banjarnegara sudah efektif dalam menarik target pasar sehingga target perusahaan dapat terlampaui. Dapat diketahui bahwa promosi penjualan mendapatkan skor tertinggi yaitu 77,68%, selanjutnya periklanan mendapatkan skor 75,22%, kemudian hubungan masyarakat mendapatkan skor 73,95%, dan yang mendapatkan skor terendah yaitu penjualan pribadi dengan skor 72,26%.

**Kata kunci:** strategi promosi, efektivitas, bauran promosi, *promotional mix*, segmentasi pasar, target pasar.

## ABSTRACT

This research aims to discover what the marketing strategies of Surya Yudha Banjarnegara are, how effective they are and the proper strategies to attract guests at the hotel until analysis on marketing strategies to market targets using market segmentation theory, market target, the determination of promotion and its strategies which are derived into promotional mix such as advertisement, marketing, public relation and personal selling.

The method used in this study is a combination between quantitative method and qualitative method. Guests of Surya Yudha Banjarnegara Hotel became sample of survey to get quantitative input. Meanwhile, input from observation and interview proceed with qualitative method.

The results of this study have shown the promotion strategies applied by Surya Yudha Banjarnegara have effectively attracted the market and therefore the have reached over the target. Could be discovered that the sales promotion with 77,68% get the highest score, followed by advertising with score 75,22%, then public relation get score 73,95% and the least score is personal selling with 72,26% .

**Keywords:** *promotion strategies, effectiveness, promotional mix, market segmentation, market target*