

INTISARI

Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Strategi Pemasaran di Gadjah Mada University Club Hotel Yogyakarta. Faktor-faktor yang akan diteliti adalah faktor sosial yaitu demografi, kemudian faktor ekonomi, lingkungan pemerintahan dan teknologi. Dalam hal ini *marketing office* memiliki peran dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, ekonomi, lingkungan pemerintahan dan teknologi terhadap strategi pemasaran di Gadjah Mada University Club Hotel Yogyakarta.

Berdasarkan pengamatan dapat disimpulkan bahwa faktor demografi memberi pengaruh yang sangat besar bagi Gadjah Mada University Club dalam melakukan analisis pasar dan penentuan strategi pemasaran. Faktor ekonomi juga memberi pengaruh tersendiri bagi industri perhotelan. Hal ini dibuktikan dengan tren masyarakat di DIY lebih banyak melakukan pengeluaran / konsumsi untuk non-makanan yaitu sebesar 57,56 % dari total keseluruhan konsumsi. Pemerintah juga memiliki pengaruh dan peranan yang penting dalam dunia usaha. Pemerintah juga dapat memberikan layanan kepada industri yang dapat mengevaluasi kinerja bisnis sehingga mampu digunakan sebagai dasar penyusunan strategi bisnis. Pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis berpengaruh dalam menentukan strategi pemasaran, khususnya di bisnis hotel, diterapkan di hampir semua bagian penting perusahaan yang tidak membutuhkan kontak langsung dengan konsumen.

Kata kunci : faktor sosial, demografi, ekonomi, lingkungan pemerintahan, teknologi, *marketing office*

ABSTRACT

In this study the author examines the Influence of External Factors on Marketing Strategies at Gadjah Mada University Club Hotel Yogyakarta. The factors to be studied are social factors are demographic, and economic factors, environmental governance and technology. In this case the marketing office has a role in determining the appropriate marketing strategies.

This research aims to investigate the influence of social factors, economic, environmental and technological administration to marketing strategies at Gadjah Mada University Club Hotel Yogyakarta.

Based on the observations it can be concluded that demographic factors influence enormously to the Gadjah Mada University Club in conducting market analysis and determination of marketing strategies. Economic factors also influence its own for the hospitality industry. This is evidenced by the trend in the DIY community to do more spending / consumption for non-food that is equal to 57.56% of the total consumption. The government also has an important influence and role in the business world. The Government can also provide services to the industry that can evaluate the performance of the business so that it can be used as a basis for formulating business strategy. The use of technology in business operations pemasaran influential in determining strategy, especially in the hotel business, applied in almost all important parts of a company that does not require direct contact with consumers.

Keywords : social factors, demographic, economic, enviromental governance, technology, marketing office