

**PERANAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)
HOTEL NOVOTEL SOECHI MEDAN DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN
BAGI PELANGGAN**

Oleh :

Erwansyah

No. Stb. : 96 830 0207



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 1**

**PERANAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)
HOTEL NOVOTEL SOECHI MEDAN DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN
BAGI PELANGGAN**

SKRIPSI

Oleh :

Erwansyah

No. Stb. : 96 830 0207

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Studi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Medan Area

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 1**

**Judul Skripsi : PERANAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)
HOTEL NOVOTEL SOECHI MEDAN DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN
BAGI PELANGGAN**

Nama Mahasiswa : Erwansyah

No. Stambuk : 96 830 0207

Jurusan : Manajemen

**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I


(Dra. Hj. ADJA SAFINAT)

Pembimbing II


(Drs. H. SYAHRIANDY, MSi)

Mengetahui :

Ketua Jurusan


(Dra. Hj. RATNA BALQIS NST, SE, MBA)

Dekan



(Drs. RASDIANTO, MS, Ak)

Tanggal Lulus : 17 Maret 2001

RINGKASAN

ERWANSYAH , PERANAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) HOTEL NOVOTEL SOECHI MEDAN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN BAGI PELANGGAN .

(Di bawah bimbingan Dra. Hj. Adja Safinat, sebagai pembimbing I dan Drs. H. Syahriandy, Msi, sebagai pembimbing II).

Novotel Soechi Medan adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang perhotelan. Dimana lokasi perusahaan berada di Jalan Cirebon No. 76 A Medan.

Adapun masalah yang dihadapi berupa kebijaksanaan marketing mix yang diterapkan perusahaan belum efektif sehingga peningkatan pelayanan terhadap pelanggan belum tercapai. Hipotesis penulis adalah dengan menerapkan marketing mix yang efektif diharapkan perusahaan mampu meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Tujuan penelitian untuk mengetahui pelaksanaan marketing mix yang diterapkan Hotel Novotel Soechi Medan dan memberikan sumbang pikiran berupa saran dalam mengatasi masalah yang dihadapi.

Metode penelitian dilakukan dengan cara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Tehnik data dilakukan melalui pengamatan, wawancara dan daftar pertanyaan, metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan deduktif.

Struktur organisasi yang dipakai adalah struktur organisasi garis dan staf, dimana pimpinan memberikan wewenang dan tanggung jawab langsung kepada setiap bagian pada bawahannya dan bertanggung jawab langsung kepada pimpinan.

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, yang mana dengan keizinan-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih belum sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan dan menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan baik moril maupun materil dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Drs. Rasdianto, MS, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan para stafnya.
2. Ibu Dra. Hj. Adja Safinat dan Bapak Drs. H. Syahriandy, Msi, sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan pikiran demi kesempurnaan skripsi ini
3. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area lainnya, yang telah membimbing dan membina penulis selama dalam perkuliahan.
4. Bapak Pimpinan, Staf, dan karyawan Hotel Novotel Soechi Medan yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak memberikan dorongan semangat selama dalam masa pendidikan dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan semoga skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Medan, Januari 2001

Penulis,

(ERWANSYAH)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Setiap perusahaan akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya apabila perusahaan itu dapat memasarkan atau menjual barang – barang maupun jasa yang dihasilkannya. Ini berarti bagaimanapun baiknya kegiatan kegiatan lain yang ada dalam perusahaan tersebut, tetapi kalau tidak mampu memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya, maka perusahaan tersebut akan mati. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Pada perusahaan yang berorientasi pada pasar, maka perusahaan ini tidak hanya sekedar memproduksi dan mencapai standar yang ditetapkan saja, melainkan juga harus menyesuaikan dengan keinginan konsumen, artinya perusahaan tersebut harus mampu memenuhi keinginan konsumen dengan sebaik mungkin. Oleh sebab itu perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus merubah orientasinya dari orientasi produk ke orientasi pasar atau Market Oriented.

Berhasil tidaknya perusahaan memuaskan kebutuhan konsumen tergantung kepada taktik atau siasat dalam bidang pemasaran. Adapun siasat dalam bidang pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan empat variabel pokok dalam pemasaran, yaitu : Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi. Keempat variabel tersebut dalam ilmu marketing disebut Bauran Pemasaran (Marketing Mix).

Dipilihnya Hotel Novotel Soechi Medan sebagai tempat penelitian, dikarenakan Hotel Novotel Soechi Medan merupakan hotel baru yang cepat

berkembang yang memiliki sistem pemasaran yang luas karena memiliki banyak jaringan baik di dalam maupun di luar negeri .

Sehubungan dengan hal itu, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dengan mengambil objek penelitian di Hotel Novotel Soechi Medan dan memilih judul : “ PERANAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) HOTEL NOVOTEL SOECHI MEDAN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN BAGI PELANGGAN “

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan penulis pada Hotel Novotel Soechi Medan, masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut :
”Kebijaksanaan Marketing Mix yang diterapkan oleh perusahaan belum efektif, sehingga peningkatan pelayanan terhadap pelanggan belum tercapai “.

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu proporsi, kondisi, atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan agar bisa ditarik suatu konsekwensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan perjanjian tentang kebenaran dengan menggunakan data empiris hasil penelitian .

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penulis menyusun hipotesis sebagai berikut :

“ Dengan menerapkan Marketing Mix yang efektif diharapkan perusahaan mampu meningkatkan pelayanan bagi pelanggan “.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliff, Faisal, Strategi Pemasaran, Cetakan II, Penerbit Angkasa , Bandung ,1993
- A.F.Stoner, James, Manajemen Edisi II Jilid I, terjemahan Alfonsus Sirait,1996
- Asri, Marwan , Pemasaran, Cetakan III, BPFE, Yogyakarta,1993
- Assauri, Sofyan, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Edisi I, Rajawali Pers , Jakarta , 1990
- Chandradhy, Dwyono, Strategi – Strategi Pemasaran, Edisi I, FE UI, Jakarta, 1990
- Internasional Astra PT., Buku Pedoman Astra Total Quality Oontrol (ATQC), 1991
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Cetakan IV, Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1992
- Swastha DH, Basu, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II, Liberty, Yogyakarta 1992
- Surakhmad, Winarno, Pengantar Penelitian Ilmiah, Edisi VII Tarsito, Bandung, 1991
- Suprianto J., Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran, Edisi III, LP-UI Jakarta, 1991
- Sutojo, Siswanto, Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan II, LPPM, Jakarta, 1990