

**ABSTRAK**  
**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP**  
**JUMLAH HUNIAN KAMAR HOTEL**

ANA WIDYAYANTI  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi terhadap jumlah hunian kamar hotel pada hotel Apita Green Cirebon, selama tahun 1998-2000. Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh kegiatan promosi secara keseluruhan dan pengaruh tiap-tiap kegiatan promosi.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah : 1) analisis koefisien regresi linier berganda; 2) analisis koefisien korelasi linier berganda dan; 3) analisis koefisien korelasi parsial.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian teoritik yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut :

- 1) Dari hasil analisis koefisien regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap jumlah hunian kamar hotel adalah kegiatan promosi penjualan.
- 2) Dari hasil koefisien korelasi linier berganda diperoleh nilai  $R= 0,978$ , ini berarti terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara kegiatan promosi dengan jumlah hunian kamar hotel secara keseluruhan. Sedangkan apabila di uji dengan menggunakan uji signifikansi F hasilnya signifikan.
- 3) Dari hasil analisis koefisien korelasi parsial antara kegiatan periklanan dengan jumlah hunian kamar hotel, diperoleh nilai  $r = 0,756$ . Ini berarti terdapat korelasi yang kuat dan positif antara kegiatan periklanan dengan jumlah hunian kamar hotel. Apabila diuji dengan uji signifikan t hasilnya signifikan.

- 4) Dari hasil analisis koefisien korelasi parsial antara kegiatan promosi penjualan dengan jumlah hunian kamar hotel, diperoleh nilai  $r = 0,971$ . Ini berarti terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara kegiatan promosi penjualan dengan jumlah hunian kamar hotel. Apabila diuji dengan uji signifikan t hasilnya signifikan.
- 5) Dari hasil analisis koefisien korelasi parsial antara kegiatan *public relation* dengan jumlah hunian kamar hotel, diperoleh nilai  $r = 0,703$ . Ini berarti terdapat korelasi yang kuat dan positif antara kegiatan *public relation* dengan jumlah hunian kamar hotel. Apabila diuji dengan uji signifikan t hasilnya signifikan.

**ABSTRACT**  
**AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF PROMOTION**  
**TOWARDS THE HOTEL ROOM OCCUPANCY**  
**A case study at Apita Green Hotel Cirebon**

ANA WIDYAYANTI  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002

This research aimed to find out the influence of promotion activities towards hotel room occupancy in Apita Green Hotel Cirebon from 1998 to 2000. It analyzed the influence of the whole promotion activities as well as that of each one.

This research was a case study. The data were collected through observations, documentation and interviews. The data analysis techniques were: 1) Multiple Linear Regression Coefficient Analysis; 2) Multiple Correlation Coefficient Analysis and ; 3) Partial Correlation Coefficient Analysis.

Based on the result and teoretical test, the research found that :

- 1) The Multiple Linear Regression Coefficient Analysis showed that the most influential promotion activity on hotel room occupancy number was sales promotion activities.
- 2) The Multiple Correlation Coefficient Analysis, obtained  $R= 0,978$ . It means that there was a very strong and positive correlation between promotion activities and the whole number of hotel room occupancy. Tested by F significancy test, the result was significant.
- 3) The Partial Correlation Coefficient Analysis between advertising activities and the number of hotel room occupancy obtained  $r = 0,756$ . It means that there was a strong and positive correlation between advertising activities and the hotel room occupancy number. Tested by t significancy test, the result was significant.
- 4) The Partial Correlation Coefficient Analysis between sales promotion activities and hotel room occupancy number obtained  $r = 0,971$ . It means that there was a

very strong and positive correlation between sales promotion activities and hotel room occupancy number. Tested by the t significancy test, the result was significant.

- 5) The Partial Correlation Coefficient Analysis between public relation activities and hotel room occupancy number obtained  $r = 0,703$ . It means that there was a strong and positive correlation between public relation activities and hotel room occupancy number. Tested by the t significancy test, the result was significant.