

**PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI SALES
MARKETING MARBELLA HOTEL CONVENTION & SPA,
ANYER**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Dalam Rangka
Memenuhi Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)



OLEH :
REGGI PATRIA
5502210015

PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Akhir berikut :

Judul Tugas Akhir : Peran Komunikasi Pemasaran Divisi *Sales Marketing*

Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

Nama : Reggi Patria

NIM : 5502210015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat hukum yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 23 Mei 2024

Yang Menyatakan



Reggi Patria

NIM. 550221005

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Akhir berikut

Judul : Peran Komunikasi Pemasaran Divisi Sales Marketing
Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer

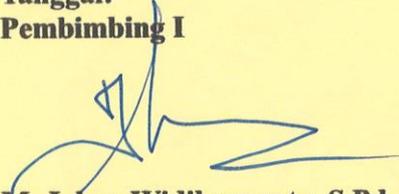
Nama Mahasiswa : Reggi Patria

NIM : 5502210015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 1 Juli 2024 melalui Sidang Tugas Akhir di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan LULUS

Tanggal:
Pembimbing I



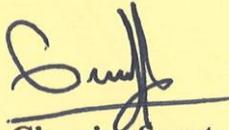
M. Johan Widikusyanto, S.Pd., M.Sc.
NIP. 2016 0126 2095

Tanggal:
Pembimbing II



Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc.
NIP. 199304082019032024

Tanggal:
Penguji I/Utama



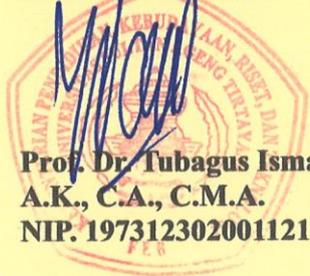
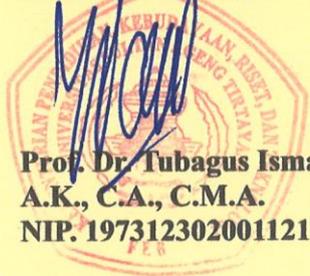
Galih Ginanjar Saputra, S.Pd., M.M.
NIP. 198608012019031013

Tanggal:
Penguji II/Pendamping



Farah Putri Wenang Lusianingrum, S.Pd., M.Sc.
NIP. 199201282019032016

Tanggal:
Dekan FEB Untirta



Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M.,
A.K., C.A., C.M.A.
NIP. 197312302001121001

Tanggal:
Koordinator Program Studi



Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M.
NIP. 199009102019032017

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya yang telah melimpahkan keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI SALES MARKETING MARBELLA HOTEL CONVENTION & SPA, ANYER”**.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai bagian dari syarat ujian sidang dalam memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian laporan Tugas Akhir ini. Penulis memberikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Fatah Sulaiman, S.T selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Dr. H. Akhmadi, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, serta selaku Dosem Pembimbing Akademik yang telah memberikan perhatian dan juga arahan dalam membimbing dari awal perkuliahan hingga saat ini.
4. Muhammad Johan Widikusyanto, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah memberikan arahan dan masukan serta sabar dalam membimbing penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

5. Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang sudah memberikan arahan dan masukan serta sabar dalam membimbing penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan ilmu yang sangat amat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Staf Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
8. Maya H. Imanda, selaku *Senior Sales Manager* PT. Hotel Marbella Pengembang Internasional.
9. Yeni Fitriani, selaku *Sales Manager* PT. Hotel Marbella Pengembang Internasional.
10. Tri Kusnawati, selaku *Sales Administration* PT. Hotel Marbella Pengembang Internasional.
11. Retna S. Pitaloka, selaku *Human Resources* dan seluruh karyawan pada PT. Hotel Marbella Pengembang Internasional yang telah membemberikan banyak bimbingan.
12. Kedua Orang tua untuk Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan kasih sayang yang sangat luar biasa, mendoakan, mendidik serta memberikan dukungannya yang tiada hentinya.
13. Terima kasih kepada adik-adik tersayang, yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada kakaknya beserta kasih sayangnya.
14. Terima kasih kepada inisial DA dengan Nim 5502210011, yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan materi kepada saya, serta memberi semangat untuk terus maju tanpa kata lelah dalam meraih impian saya.

15. Seluruh teman-teman jurusan Diploma III Manajemen Pemasaran Angkatan 2021.
16. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan Tugas Akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Serang, 23 Mei 2024

Yang Menyatakan

Reggi Patria

NIM. 550221005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penulisan	7
D. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Pengertian Komunikasi	8
B. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	11
C. Komponen Komunikasi Pemasaran	13
D. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
BAB III METODE PENULISAN	16
A. Objek Penulisan Tugas Akhir.....	16
B. Metode Penulisan Tugas Akhir	16
C. Jenis dan Sumber Data	17
D. Metode Pengumpulan Data	18

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	20
B. Hasil	25
C. Pembahasan.....	35
BAB V PENUTUP	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	48
Lampiran 1. Pedoman Wawancara	48
Lampiran 2. Pedoman Observasi	49
Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi Data Sekunder	50
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	51
Lampiran 5. Catatan Lapangan / Observasi.....	53
Lampiran 6. Struktur Organisasi.....	54
Lampiran 7. Foto Dokumentasi Observasi.....	55
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	58
Lampiran 9. Biodata Penulis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Distribusi Akomodasi Menurut Kabupaten/Kota 2022	2
Gambar 2. Logo Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	21
Gambar 3. Periklanan Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	26
Gambar 4. Kegiatan Sales Call	28
Gambar 5. Promosi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	30
Gambar 6. Hubungan Masyarakat Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	32
Gambar 7. Media Direct Marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	34
Gambar 8. Struktur Organisasi	54
Gambar 9. Kegiatan Showing Room Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	55
Gambar 10. Kegiatan Sales Call	56
Gambar 11. Kegiatan Membuat Poster Cetak	56
Gambar 12. Kegiatan Input Weekly Uptodate dan Tellemarketing	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Tower Gedung Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	22
Tabel 2. Tipe Kamar Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer	22
Tabel 3. Ruang Konvensi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	48
Lampiran 2. Pedoman Observasi	49
Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi Data Sekunder	50
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	51
Lampiran 5. Catatan Lapangan / Observasi	53
Lampiran 6. Struktur Organisasi.....	54
Lampiran 7. Foto Dokumentasi Observasi.....	55
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	58
Lampiran 9. Biodata Penulis.....	60

ABSTRAK

PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI SALES MARKETING MARBELLA HOTEL CONVENTION & SPA, ANYER

Saat ini perkembangan dan pertumbuhan bisnis perhotelan mengalami kemajuan yang pesat. Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer adalah salah satu tempat penginapan yang terletak di kawasan Anyer. Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk mengkaji peranan komunikasi pemasaran pada bagian sales dan marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer serta mengetahui kendala yang dihadapi. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang didapat dari staf sales marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer. Sedangkan data sekunder diperoleh secara langsung dari Buku, Jurnal Ilmiah, Perusahaan maupun secara online dari internet. Pengumpulan data dalam tugas akhir ini menggunakan Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi data sekunder. Dari hasil tugas akhir ini, penulis menemukan bahwa peran komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh sales marketing Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer mencakup periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Namun dalam menjalankan tugas komunikasi pemasarannya, divisi sales marketing menghadapi kendala seperti anggaran yang minim, sumber daya manusia yang terbatas, perbedaan selera konsumen, rumor buruk yang mempengaruhi reputasi hotel, dan kurangnya database pelanggan yang rinci sehingga sulit dalam menarik pelanggan baru.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Penjualan, Perhotelan

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION ROLE, SALES MARKETING DIVISION OF MARBELLA HOTEL CONVENTION & SPA, ANYER

Currently, the development and growth of the hotel business is experiencing rapid progress. Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer is one of the accommodations located in the Anyer area. The purpose of the preparation of this final project is to examine the role of marketing communication in the sales and marketing department of Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer and find out the obstacles faced. The type of data collected is primary data obtained from the sales and marketing staff of Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer. Meanwhile, secondary data is obtained directly from Books, Scientific Journals, Companies and online from the internet. Data collection in this final project uses Interviews, Observations, and Secondary data documentation. From the results of this final project, the author found that the role of marketing communication applied by sales marketing of Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer includes advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. However, in carrying out its marketing communication duties, the sales marketing division faces obstacles such as minimal budget, limited human resources, differences in consumer tastes, bad rumors that affect the hotel's reputation, and a lack of a detailed customer database, making it difficult to attract new customers.

Keyword : Marketing Communication, Sales, Hospitality

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat setiap tahunnya, khususnya di sektor pariwisata. Hal tersebut tidak terlepas dari peran pemerintah dalam membangun industri pariwisata di setiap daerah yang diharapkan dapat memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Perkembangan industri pariwisata tidak lepas dari aspek-aspek pendukung, diantaranya usaha penyediaan jasa dengan fasilitas seperti sarana akomodasi/penginapan, penyediaan makanan dan minuman, serta kawasan wisata.

Salah satu wilayah di Indonesia yang mempunyai potensi pada sektor pariwisata adalah kawasan Anyer yang terletak di ujung barat Kabupaten Serang, Provinsi Banten dengan memiliki berbagai jenis wisata, antara lain wisata religi, wisata pantai, dan wisata alam pegunungan. Hal ini menjadikan pengembangan pariwisata di kawasan tersebut menjadi penting karena kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam dan keunikan daya tarik wisata, tetapi juga kebutuhan akan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi, restoran, sarana wisata, dan lain-lain. Terlebih sarana akomodasi seperti hotel berbintang, hotel bisnis, resor, dan penginapan menempati posisi paling utama serta membuat persaingan hotel di kawasan Anyer terlihat dari beragamnya kualitas layanan yang ditawarkan oleh pelaku

bisnis perhotelan, mulai dari fasilitas hotel, kondisi kamar, tarif sewa kamar, hingga cara hotel melayani konsumen.



Gambar 1. Distribusi Kamar Usaha Akomodasi Menurut Kabupaten/Kota, 2022

Sumber : <https://www.bps.co.id>

Jumlah unit akomodasi, kamar, dan tempat tidur rata-rata meningkat di delapan kabupaten/kota Provinsi Banten pada tahun 2022, dengan rincian sebagai berikut: Kabupaten Pandeglang memiliki 75 hotel, dengan 1.643 kamar dan 2.508 tempat tidur; Kabupaten Lebak memiliki 137 hotel, dengan 1.172 kamar dan 1.798 tempat tidur; Kabupaten Tangerang memiliki 33 hotel, dengan 3.050 kamar dan 3.771 tempat tidur; dan Kabupaten Serang memiliki 109 hotel, dengan 3.252 kamar dan 4.093 tempat tidur.

Banyaknya hotel di kawasan ini menjadikan persaingan antar hotel dalam mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan semakin ketat karena setiap hotel mempunyai strategi uniknya masing-masing untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau hunian dengan tujuan mampu bertahan

di pasar agar memiliki nilai kompetitif yang membedakan dengan kompetitornya dan produknya diharapkan dapat dipersepsikan istimewa di mata konsumen, sehingga dapat menciptakan kepercayaan masyarakat atau pengunjung bagi kelangsungan dan keberhasilan hotel.

Dalam hal ini, industri perhotelan perlu membangun komunikasi dengan pemangku kepentingan saat ini dan calon pemangku kepentingan serta masyarakat untuk mengambil peran yang lebih aktif dalam proses komunikasi, memutuskan jenis komunikasi apa yang ingin mereka terima dan bagaimana mereka ingin berkomunikasi dengan perusahaan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Melalui komunikasi, sebuah hotel diharapkan dapat mempertahankan suatu produk nilai yang tinggi dengan tetap kreatif membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggannya.

Menurut Effendy dalam Dewi, Sanjiwani & Febriani (2023) komunikasi adalah proses penyampaian informasi (pesan, gagasan, pemikiran) dari satu pihak ke pihak lain, sehingga menimbulkan saling pengaruh di antara keduanya. Dalam dunia bisnis, komunikasi berperan dalam upaya memahami pelanggan guna memenuhi kebutuhan dan memberikan layanan terbaik. Dalam dunia bisnis, komunikasi sebuah perusahaan berperan serta berupaya untuk memahami pelanggannya guna memenuhi kebutuhan dan memberikan pelayanan terbaik. Jenis komunikasi ini disebut komunikasi pemasaran yang erat kaitannya dengan pesan dan informasi yang ingin disampaikan perusahaan kepada pelanggan melalui tindakan periklanan.

Komunikasi pemasaran telah menjadi salah satu bagian terpenting dalam suatu organisasi bisnis karena dapat membantu dalam membangun kesadaran merek yang positif di mata konsumen. Dengan artian, konsumen menafsirkan informasi produk yang dikomunikasikan oleh pelaku usaha dalam bentuk persepsi tentang produk dan posisi produk di pasar. Komunikasi pemasaran juga digunakan dalam dunia bisnis untuk mempromosikan produk ke basis konsumen dan untuk membangun hubungan antara konsumen dan pemasok atau vendor. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran industri sebuah hotel memerlukan strategi yang efektif dan efisien untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dan konsumen. Hotel harus mampu mengembangkan strategi periklanan dengan komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan.

Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer merupakan hotel bintang lima, yang terletak di pinggiran pantai Anyer, tepatnya di Jl. Raya Karang Bolong Km. 135, Desa Bandulu Anyer Serang Banten terletak hanya 128 Km dari Jakarta, sehingga diharapkan dapat menjadi destinasi wisata yang nyaman untuk menikmati keindahan pesisiran Pantai Anyer dan berbagai aktivitas lainnya. Dibangun secara bertahap pada tahun 1994, terdiri dari 2 tower yaitu Nakula dan Sadewa dengan jumlah 9 lantai. Kemudian dilanjutkan pembangunan gedung tahap selanjutnya yang terdiri dari 2 tower yaitu Arjuna dan Yudhistira dengan jumlah 8 lantai. Hotel Marbella memiliki akomodasi berjumlah 580 kamar yang aktif, terdiri dari empat tipe kamar seperti *Studio Room* 104 kamar, *Deluxe Room* room berjumlah 91 kamar, *Executive Suite*

berjumlah 85 kamar, *Master Suite* berjumlah 17 kamar, dan *Presidential Suite* berjumlah 3 kamar. Hotel ini memiliki 19 ruang rapat yang dapat menampung kapasitas hingga 100 – 1.250 orang, hotel tersebut juga memiliki restoran yang menyajikan makanan Indonesia, Asia dan Internasional serta layanan kamar selama 24 jam. Bangunan Hotel Marbella memiliki bentuk arsitektural ala Spanyol dengan cat tembok berwarna Cream bergaya ala Spanyol klasik yang dibangun oleh arsitek dari “*USA BALTIMORE*” bersama dengan Konsultan Lokal yaitu Bapak Ir. Wahyudi. Tema desain yang di terapkan pada Hotel Marbella ini adalah Mediteriana Spain, mencerminkan kekayaan warisan budaya dan tradisi yang telah berkembang selama berabad-abad di wilayah Mediterania yang subur dengan memberikan fasilitas-fasilitas terbaik untuk para konsumennya, agar konsumen merasa nyaman, aman dan tenang berada di hotel sehingga konsumen akan tetap setia dan memilih hotel sebagai pilihan untuk menginap dan membuat suatu event.

Dalam menjalankan peranan komunikasi pemasarannya, divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer memegang tanggung jawab terhadap penyampaian pesan yang efektif dan menarik kepada calon pelanggan. Bertugas merancang strategi komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan kesadaran merek serta mendorong minat dan keinginan konsumen untuk membeli produk atau layanan perusahaan. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab untuk mengelola hubungan dengan pelanggan, termasuk menanggapi pertanyaan dan keluhan, serta mengumpulkan umpan balik yang dapat digunakan untuk perbaikan produk dan layanan di masa

mendatang. Melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, email, iklan, dan promosi langsung, divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer berupaya membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan penjualan secara berkelanjutan. Namun terdapat beberapa hambatan dalam menjalankan peranan komunikasi pemasarannya, terlebih adanya persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin mengangkat permasalahan ini dengan judul **“PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI SALES MARKETING MARBELLA HOTEL CONVENTION & SPA, ANYER”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah tersusun, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran komunikasi pemasaran divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer?
2. Apa hambatan yang dihadapi oleh divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer dalam menjalankan peranan komunikasi pemasaran?

C. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari kegiatan penulisan laporan tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran komunikasi pemasaran divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh divisi *sales marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer dalam menjalankan peranan komunikasi pemasaran.

D. Manfaat Penulisan

Penulis berharap agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Ilmu Pemasaran

Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pemasaran khususnya di bidang komunikasi pemasaran. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman pada bidang komunikasi pemasaran yang efektif.

2. Bagi Perusahaan

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer sebagai tolak ukur untuk mengetahui Peran Komunikasi Pemasaran Divisi *Sales Marketing* Marbella Hotel Convention & Spa, Anyer. Dalam hal ini, diharapkan adanya pemahaman dan perusahaan dapat merancang strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I., G.A.M Sanjiwani, N., M.P.I., & Febriani., G.S., (2023) “Pentingnya Kemampuan Berkomunikasi Secara Efektif dalam Supervisi Hotel” *Majority Science Journal (MSJ)* Vol. 1No. 3, November 2023
- Firdiansyah, M.S., (2015). “Manajemen Pengelolaan Wahana Rekreasi Olahraga di Wisata Water Blaster Semarang Tahun 2013”, *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation* 4 (2) (2015).
- Goh, T.S, Willy, T., & Julitawaty, W., (2022). “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Furnilix Indonesia”, *Jurnal Bisnis Kolega*, Vol. 8 No. 1. Des 2022
- Giarti, M.D, (2019)., “Analisis Strategu Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)”, *Edunomika – Volume 03, No. 01* (Pebruari 2019).
- Hidayat, Marliyanti, Maolana, dkk., (2016). “Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview dalam Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Cabang Kudus”, *Journal of Management* Vol.2 No.2 , Maret 2016.
- Kurniawan., A.W., & Nurhadi., Z.F., (2017) “Kajian Tentang Efektivitas Pesan dalam Komunikasi” *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Jurnal Komunikasi* Volume. 3 No. 1, April 2017
- Londa, J.W., Sondakh, M., & Lengkong, S.L., (2017) “Strategi Public Relations dalam pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)
- Lenaini, Ika., (2021). “Teknik Pengambilan Ssampel Purposive dan Snowball Sampling”, *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, Vol. 6, No. 1, Juni 2021, Hal. 33-39.
- Murnisari, R. & Ismail, M., (2017) “Analisis Afektivitas Strategi Integrated Marketing Communication guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen CV Barisan Nyawiji Meubel Malang”, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 2 No. 1 (2017)
- MAP, Purba, B., Dr., (2018). “Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang”, *Jurnal Network Media* Vol:1 No.1 Februari 2018
- Mariska, Juwita., (2015). “Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol.3 ,No.3, 2015: 254-267.

- Nurjanah., (2021). “Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda”, Jurnal Mahasiswa Volume 1, Nopember 2021.
- Pratiwi, N.I., (2017). “Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi”, Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial Volume 1, Nomor 2, Agustus 2017
- Parasari, N.S.M., Anggreswari, N.P.Y & Gorda, A.A, N.E.S (2019) “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Terhadap Bagus Agro Plaga Resort” Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial Vol 3, No. 2, Agustus 2019
- Simanjuntak, J.F, & Tambunan, B.H., (2021). “Analisis Pelaksanaan Kas Kecil (Petty Cash) Pada PT Deli Jaya Samudera”, Journal Of Economics and Business, Vol. 03, No.01, Hal (41-48), September (2021).
- Sahar, F., (2022). “Pengaruh Sales Promotion dan Advertising terhadap Impulse Buying”, Jurnal Wacana Ekonomi Vol. 22; No. 01; Tahun 2022
- Susanto & Sari Afrina., (2020). “Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa dalam Meningkatkan Brand Awareness”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 1, 2020
- Tristyantie, M., & Suparwo A., (2020) “Menakar Direct Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Dalam Pembelian Paket Umrah” Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 17, No. 4, Oktober 2020
- Trianto., R., (2021) “Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus di SD Luqman Al Hakim Surabaya” Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. IX, No. 2, Maret – Agustus 2021
- Wijaya, S.I, (2015)., “Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan”, Lentera, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015.
- Yanto, R.T.Y., & Prabowo, A.L.P., (2020). “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Pencapaian Pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi di Bank BTN Syariah Bandung” Jurnal Bisnis dan Pemasaran Vol 10, No. 1, Maret 2020
- Yolanda, G., & Ridwan, M., (2023) “Marketing Sales Promotion Girl Perspektif Etika Bisnis Islam” Volume 2 Nomor 1 Maret 2023
- Yusuf, A., & Alfian, A., dkk., (2021). “Pengaruh Direct Marketing terhadap Pembelian Pizza Hut Delivery”, Jurnal Manajemen – VOL. 13 (1) 2021, 1-6