

ABSTRAK

Semakin banyaknya hotel yang beroperasi di Kota Pekanbaru menjadikan para tamu hotel lebih selektif dalam menilai dan memilih jasa pelayanan hotel yang akan mereka gunakan. Hal tersebut menjadikan masing-masing hotel berlomba guna memenangkan persaingan dengan melakukan berbagai strategi pemasaran, meskipun target yang diharapkan tidak dapat tercapai

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa yang menyebabkan belum tercapainya target pemasaran jasa kamar pada Hotel Sabrina City Pekanbaru

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif, yaitu memberikan penjelasan dan uraian penelitian dengan kalimat yang jelas dan rinci tanpa perhitungan angka statistik. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara.

Hasil penelitian diperoleh Produk merupakan kamar yang dapat ditawarkan kepada tamu hotel yang meliputi: Kualitas, jenis kamar, fasilitas dan pelayanan. Untuk produk yang ditawarkan oleh hotel termasuk dalam kategori tidak baik. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang terhadap kamar hotel yang dipilih tamu. Faktor harga kamar meliputi: Kondisi perekonomian, permintaan, dan kebijakan pemerintah dengan kategori cukup baik. Promosi merupakan kegiatan pemasaran kamar hotel untuk memengaruhi tamu agar mereka dapat menjadi kenal akan kamar yang ditawarkan tersebut. Meliputi: *Personal Selling*, Promosi penjualan, publisitas dan periklanan dengan kategori tidak baik. Tempat adalah lokasi usaha bagi hotel beroperasi untuk melakukan kegiatan penjualan kamar dan manfaat fasilitas lainnya, meliputi: Akses dan lalu lintas dengan kategori sangat baik.

Kata Kunci: Hotel, Pemasaran, Jasa, Kamar, Produk, Harga, Promosi, Tempat