

ABSTRAK

Nama : Vivi Olivia

Program Studi : Bisnis Perhotelan

ANALISIS BAURAN PEMASARAN FOURPOINTS BY SHERATON HOTEL BALI, SEMINYAK SEBAGAI ANTISIPASI PERSAINGAN GLOBAL

Penelitian Bauran Pemasaran ini dilakukan di Hotel FourPointsBySheraton Bali, Seminyak yang memiliki 121 kamar, 3 restoran, Fasilitas seperti Fitness Centre, Spa, Kolam Berenang, dll. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari bauran pemasaran yang berada di Hotel FourPointsBySheraton Bali, Seminyak sudahkah berjalan dengan maksimal, dan manakah yang paling dominan diantara ke 4P. Dengan adanya bauran pemasaran yang maksimal agar bisa menjadi antisipasi dalam persaingan dengan hotel-hotel lain. Dengan dilakukannya Bauran Pemasaran maka penjualan yang dilakukan oleh hotel juga akan meningkat dan mengalami pertumbuhan yang menjanjikan.

Penelitian ini bersifat Deskriptif Kualitatif yang dimana dilakukan dengan wawancara Bersama tiga narasumber, data sekunder, data yang diambil langsung dari lapangan melalui pengamatan yang menunjukkan bahwa kurang berkembangnya peran bauran pemasaran di hotel FourPoints yang harus ditingkatkan lagi. Beberapa masalah di dalamnya juga seperti Promosi yang kurang maksimal dan mempunyai tanggapan yang berbeda-beda selama proses wawancara, harga yang cukup mahal dan Kualitas Pelayanan yang penting untuk membuat konsumen loyal terhadap produk yang diberikan.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Kualitatif, Deskripsi, FourPointsBySheraton Bali, Seminyak,*