

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih dan meraih pasar sasaran, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, promosi penjualan terhadap kepuasan pengunjung di hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* Jatinangor. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah populasi 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier ganda, korelasi ganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahawa harga, promosi penjualan, dan kepuasan pengunjung di hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* Jatinangor dapat diktakan cukup baik. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan promosi penjualan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pengunjung sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Harga dan promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung masing-masing sebesar 14,7% dan 58,2%. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan pengunjung baik secara simultan maupun parsial

Kata kunci : Harga, Promosi Penjualan, Kepuasan konsumen