

**STRATEGI REPOSISI PEMASARAN *BIGLAND FAMILY* HOTEL DARI
HOTEL BISNIS MENJADI HOTEL KELUARGA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

Yohana Gayus Bule

223404416039



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

**Strategi Reposisi Pemasaran *Bigland Family* Hotel Dari Hotel Bisnis Menjadi
Hotel Keluarga Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Dan
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

Yohana Gayus Bule

223404416039



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul:

STRATEGI REPOSISI PEMASARAN *BIGLAND FAMILY HOTEL* DARI HOTEL BISNIS MENJADI HOTEL KELUARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,.....2026



Yohana Gayus Bule

NPM: 223404416039

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI REPOSISI PEMASARAN BIGLAND FAMILY HOTEL DARI HOTEL BISNIS MENJADI HOTEL KELUARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN MEMPERTAHAKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Nama Mahasiswa : **YOHANA GAYUS BULE**

Nomor Pokok : **223404416039**

Jurusan : **PARIWISATA**

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MMLPar.)

Mengetahui

Kerda Program Studi

(Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par.)

Jakarta, 02 Maret 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI REPOSISI PEMASARAN BIGLAND FAMILY HOTEL DARI HOTEL BISNIS MENJADI HOTEL KELUARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Nama Mahasiswa : YOHANA GAYUS BULE

Nomor Pokok : 223404416039

Jurusan : PARIWISATA

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji

(Ardi Mularsari, S.Pd., M.Pd)

(Gagih Pradini, S.Par., M.M.)

Mengetahui

Dekan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta, 02 Maret 2026

Tanggal Lulus: 2026

ABSTRAK

STRATEGI REPOSISI PEMASARAN *BIGLAND FAMILY HOTEL* DARI HOTEL BISNIS MENJADI HOTEL KELUARGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Oleh:

Yohana Gayus Bule

NPM : 223404416039

Tugas Akhir, Di Bawah Bimbingan Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., M.Par

Pergeseran pola konsumsi wisatawan pascapandemi mendorong industri perhotelan melakukan penyesuaian strategi bisnis. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi reposisi pemasaran hotel di kawasan Sentul, Bogor, dari hotel bisnis menjadi hotel keluarga dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan manajemen, staf operasional, dan tamu hotel. Analisis dilakukan menggunakan bauran pemasaran jasa 7P dan diperkuat dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi reposisi berhasil meningkatkan okupansi akhir pekan melalui masuknya segmen keluarga, tanpa mengurangi stabilitas tamu korporat pada hari kerja.

Fasilitas kolam renang rooftop dengan pemandangan pegunungan menjadi daya tarik utama yang membedakan hotel dari kompetitor. Promosi digital melalui Instagram dan TikTok efektif menjangkau pasar keluarga dan meningkatkan minat menginap. Loyalitas pelanggan terbentuk melalui konsistensi kualitas pelayanan, kemudahan proses layanan, serta program aktivitas anak yang memperkuat pengalaman menginap keluarga. Analisis SWOT menempatkan hotel pada Kuadran I dengan skor IFAS 2,83 dan EFAS 2,82, menunjukkan posisi strategis yang kuat untuk menerapkan strategi agresif. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan reposisi pemasaran hotel memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan seluruh elemen bauran pemasaran jasa.

Kata kunci: reposisi pemasaran, hotel keluarga, loyalitas pelanggan, bauran pemasaran jasa, SWOT

ABSTRACT

BIGLAND REPOSITIONING STRATEGY MARKETING BIGLAND FAMILY HOTEL FROM A BUSINESS HOTEL TO A FAMILY HOTEL IN AN EFFORT TO INCREASE VISITATION AND MAINTAIN CUSTOMER LOYALTY

By:

Yohana Gayus Bule

NPM: 223404416039

Thesis, under the guidance Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., M.Par

The shift in tourist consumption patterns post-pandemic has prompted the hotel industry to adjust its business strategies. This study aims to analyze the marketing repositioning strategy of a hotel in the Sentul area, Bogor, from a business hotel to a family hotel in an effort to increase visits and maintain customer loyalty. The study used a qualitative approach through in-depth interviews with management, operational staff, and hotel guests. The analysis was conducted using the 7Ps of the service marketing mix and supported by a SWOT analysis to identify internal and external factors influencing the marketing strategy. The results show that the repositioning strategy successfully increased weekend occupancy by attracting the family segment, without reducing the stability of corporate guests on weekdays.

The rooftop swimming pool with mountain views is a key attraction that differentiates the hotel from competitors. Digital promotions through Instagram and TikTok effectively reach the family market and increase interest in staying. Customer loyalty is built through consistent service quality, ease of service processes, and children's activity programs that enhance the family stay experience. The SWOT analysis places the hotel in Quadrant I with an IFAS score of 2.83 and an EFAS score of 2.82, indicating a strong strategic position to implement an aggressive strategy. This study confirms that successful hotel marketing repositioning requires a holistic approach that integrates all elements of the service marketing mix.

Keywords: marketing repositioning, family hotels, customer loyalty, service marketing mix, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Reposisi Pemasaran Bigland Family Hotel dari Hotel Bisnis Menjadi Hotel Keluarga dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan dan Mempertahankan Loyalitas Tamu*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par., selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
6. Miss Anisa Putri Kusumaningrum, SST.Par., MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh dosen dan staf akademik Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional atas ilmu, pengalaman, dan pelayanan yang diberikan selama masa perkuliahan.
8. Pihak manajemen *Bigland Family Hotel* Sentul, khususnya Bapak Ricky, atas izin dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama pelaksanaan penelitian.

9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Efraim Siga dan Mama Martina Aso, serta seluruh keluarga besar Talomema Jogo Wula dan Niodoa Mite Bule, termasuk Nenek Margareta Wula, Kak Sherly, Kak Sandro, Kak Imelda, Kak Akwind, Kak Otmar, Kak Suster Sindis, dan Adik Anjelita, atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti.
10. Almarhumah Clara Wea, almarhumah Genoveva Bule, dan almarhum Hilarion Jogo yang semasa hidup telah memberikan kasih sayang dan semangat kepada penulis.
11. Teman-teman angkatan 2022, 2023, dan 2024, sahabat seperjuangan Putri Maulida, Zahra Soraya, Devina Nisa, Karolina Yulian, dan Surya Saleh, serta Opa Jhoseph dan rekan-rekan kerja penulis atas dukungan dan kebersamaan yang diberikan.
12. Penulis sendiri, Yohana Gayus Bule, yang telah berusaha bertahan, belajar, dan menyelesaikan proses akademik ini dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, dan komitmen meskipun menghadapi berbagai keterbatasan dan tantangan dari berbagai arah terutama keluarga sendiri.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pariwisata dan perhotelan.

Jakarta, .02 Maret 2026



Yohana Gayus Bule

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Pariwisata dan Akomodasi Pariwisata	7
2. Klasifikasi Hotel: Hotel Bisnis dan Hotel Keluarga	10
3. Reposisi Pemasaran (<i>Brand Repositioning</i>).....	14
4. Strategi Pemasaran Hotel	16
5. Jumlah Kunjungan	21
6. Loyalitas Pelanggan	22
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Objek Penelitian	28
C. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	29
D. Data Penelitian	30
1. Sumber Data dan Jenis data	30

2.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	32
E.	Teknik Analisis Data	35
F.	Analisis SWOT	37
G.	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	39
H.	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		41
A.	Hasil Penelitian	41
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	41
2.	Reposisi Bigland Hotel Sentul dari Hotel Bisnis ke Hotel Keluarga....	46
B.	Pembahasan.....	48
1.	Strategi Pemasaran <i>Bigland Family Hotel Sentul</i> dalam Melakukan Reposisi dari Hotel Bisnis menjadi Hotel Keluarga	48
2.	Kontribusi Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan dan Loyalitas Pelanggan.....	56
3.	Pentingnya Strategi Pemasaran dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di <i>Bigland Family Hotel Sentul</i>	58
4.	Analisis SWOT	62
BAB V PENUTUP.....		73
A.	Kesimpulan	73
B.	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rencana dan Tahapan Penelitian	29
Tabel 2 Identifikasi Faktor SWOT Bigland Family Hotel Sentul	63
Tabel 3 Matriks IFAS Bigland Family Hotel Sentul	64
Tabel 4 Matriks EFAS Bigland Family Hotel Sentul	66
Tabel 5 Matriks Strategi TOWS Bigland Family Hotel Sentul	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 2 Diagram Analisis SWOT	38
Gambar 3 Struktur Organisasi Bigland Otel Sentul	45
Gambar 4 Diagram Kuadran SWOT Bigland Family Hotel Sentul	68

