

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGARUH PROMOSI TERHADAP *BRAND AWARENESS*
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI THE
BAKERY HOTEL WYNDHAM CASABLANCA JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sajana Terapan



Disusun oleh
SETIYA KUSRINI

NIM : 21700056

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGARUH PROMOSI TERHADAP *BRAND AWARENESS*
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI THE
BAKERY HOTEL WYNDHAM CASABLANCA JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sajana Terapan**



**Disusun oleh
SETIYA KUSRINI**

NIM : 21700056

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The Bakery Hotel Wyndham Casablanca Jakarta

Penulis : Setiya Kusriani

NIM : 21700056

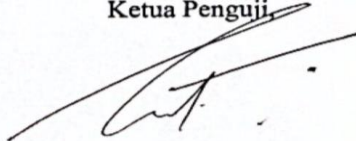
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu tanggal 9 Juli tahun 2025.

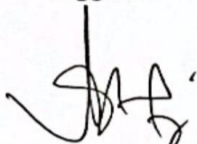
Disahkan oleh:

Ketua Penguji



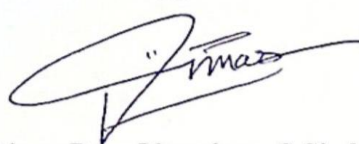
Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par
NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., MM.
NIP.198809082022032008

Anggota 2



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.
NIP.1984020320129031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Terhadap Brand Awareness
Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The
Bakery Hotel Wyndham Casablanca Jakarta

Penulis : Setiya Kusrini

NIM : 21700056

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 19 Juni 2025

Pembimbing 1



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP: 198605092019032011

Pembimbing 2



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M. Sc.
NIP: 198402032019031005

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M
NIP : 198809082022032008

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setiya Kusrini
NIM : 21700056
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pengaruh Promosi Terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan
Minat Beli Konsumen Di The Bakery Hotel Wyndham Casablanca
Jakarta **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan
pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan
yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Saya menyatakan,



Setiya Kusrini
21700006

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setiya Kusrini
NIM : 21700056
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Promosi Terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The Bakery Hotel Wyndham Casablanca Jakarta.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menandatangani,


Setiya Kusrini
21700056

ABSTRACT

Promotion is a key marketing strategy used to communicate product value to consumers. In the hospitality industry, brand awareness significantly affects consumer decision-making. This study aims to examine the effect of promotion on brand awareness and its impact on purchase intention at The Bakery Wyndham Casablanca Jakarta Hotel. Theoretical concepts include promotion as a marketing communication tool and brand awareness as a factor influencing consumer behavior. This research uses a quantitative approach with an associative design. Data were collected from 100 respondents through questionnaires using simple random sampling. Analytical methods include validity and reliability tests, descriptive statistics, and path analysis with SPSS version 25. The results show that promotion positively and significantly affects brand awareness, and brand awareness significantly influences purchase intention. Additionally, promotion indirectly affects purchase intention through brand awareness as a mediating variable. These findings emphasize the importance of consistent and targeted promotion to enhance brand recognition and drive consumer buying decisions.

Keywords: *Promotion, Brand Awareness, Purchase Intention, Consumer Behavior, Hospitality*

ABSTRAK

Promosi merupakan strategi penting dalam pemasaran untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen. Dalam industri perhotelan, *brand awareness* berperan besar dalam memengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh promosi terhadap *brand awareness* serta dampaknya terhadap minat beli konsumen di The Bakery Hotel Wyndham Casablanca Jakarta. Konsep teoritis mencakup promosi sebagai alat komunikasi pemasaran dan *brand awareness* sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Data diperoleh dari 100 responden melalui kuesioner dengan teknik *simple random sampling*. Metode analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, dan analisis jalur menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Selain itu, promosi juga berpengaruh tidak langsung terhadap minat beli melalui *brand awareness* sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan pentingnya promosi yang konsisten dan tepat sasaran untuk meningkatkan pengenalan merek dan mendorong keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Promosi, Brand Awareness, Minat Beli, Perilaku Konsumen, Perhotelan*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Brand Awareness Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The Bakery Hotel Wyndham Casablanca Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Tr.Par. pada program Diploma IV (D4) Jurusan Pariwisata, Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Tahun Akademik 2024 / 2025.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak tantangan, hambatan, dan proses pembelajaran yang dilalui. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh, baik secara moral, spiritual, maupun materi sejak awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini selesai. Doa, semangat, dan keikhlasan mereka menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Anindita Budi Astuti, SE., MM. selaku PLT. Wakil Direktur bidang Kemahasiswaan.
4. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata, sekaligus dosen pembimbing pertama Tugas Akhir penulis.
5. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
6. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Koordinator Program Studi.
7. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Kedua Tugas Akhir penulis.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membimbing dan mengajari penulis dengan ilmu dan karakter selama ini.
9. Putri Sri Rahmawani, selaku staf administrasi Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah melayani dan mengarahkan penulis selama berkuliah di Program Studi Pengelolaan Perhotelan.

10. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Marjuni dan Ibu Wiwien Setijorini, terima kasih untuk selalu memberikan dukungan serta doa yang tidak pernah putus serta kesabaran yang sangat dalam kepada penulis sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sampai di tahap ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggaan sederhana untuk kalian yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus berjuang, meski sering tak sempat mengucapkan terima kasih secara langsung. Semoga bapak dan ibu panjang umur dan sehat selalu.
11. Kepada eyang kakung penulis eyang Agus Murdianto, terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini, sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan sampai ketahap ini dan merasakan belajar di bangku kuliah.
12. Kepada kakak-kakak dan adik penulis, Mas Hadi, Mba Ayu, Mba Meta, dan Liza terima kasih atas cinta, doa dan dukungan yang diberikan selama ini.
13. Kepada para *staff* Hotel Wyndham Casablanca Jakarta, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya dalam menyusun penelitian ini.
14. Kepada Rayya, Tifa, Rifki, Dyah, Farhan, Rizki dan Alya, penulis mengucapkan terima kasih karena senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan doanya selama ini. Terima kasih juga atas susah, senang dan momen-momen berharga yang telah kita lalui sampai saat ini.
15. Kepada para sahabat di Rumah Neneu, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, bantuan dan juga dukungannya. Terima kasih juga karena telah memberikan kenangan dan momen indah sejak awal masuk kuliah hingga saat ini.
16. Para teman-teman penulis yang telah memberikan doa, bantuan dan dukungannya selama ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berarti dalam pengembangan di industri perhotelan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun sebagai bekal penulis.

Jakarta, 9 Juli 2025
Penulis,



Setiya Kusriani
NIM : 21700056

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	15
C. Kerangka Berpikir.....	19
D. Hipotesis Pertanyaan Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis atau Desain Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22

C. Populasi dan Sampel Penelitian	23
D. Definisi Operasional Variabel	25
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	26
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	28
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Implikasi.....	54
C. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Occupancy Tamu Periode Januari-Juni 2024	3
Gambar 2 Diagram Penjualan The Bakery Periode Januari-juni 2024	3
Gambar 3 Instagram The Bakery	4
Gambar 5 Kerangka Berpikir	19
Gambar 6 Diagram Alur Rancangan Analisis Path	36
Gambar 7 Diagram Jalur Model 1.....	45
Gambar 8 Diagram Jalur Model 2.....	46
Gambar 9 Postingan Cake Of The Month di Instagram.....	48
Gambar 10 Postingan Promo Bundling Produk The Bakery di Instagram	48
Gambar 11 Promosi Cake Of The Month Di Instagram	50
Gambar 12 Promosi di Tablet Meja Kasir The Bakery	50
Gambar 13 Promosi di Tv Area Cafe One	50
Gambar 14 Promosi Melalui TikTok.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. Rata-Rata Tamu Hotel.....	23
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4. Skala Likert	28
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X)	31
Tabel 6. Uji Validitas Brand Awareness (Y).....	31
Tabel 7. Uji Validitas Minat Beli (Z).....	32
Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas Promosi (X)	33
Tabel 9. Uji Reabilitas Brand Awareness (Y).....	34
Tabel 10. Uji Reabilitas Minat Beli (Z)	34
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Pernah Mengunjungi Hotel	42
Tabel 15. Karakteristik Berdasarkan Pernah Membeli Kue Di The Bakery	43
Tabel 16. Regresi 1.....	44
Tabel 17. Analisis Regresi 1	44
Tabel 18. Regresi 2.....	45
Tabel 19. Analisis Regresi 2.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Diri Mahasiswa	59
Lampiran 2 Lembar Pembimbing TA	60
Lampiran 3 Lembar Pembimbingan TA.....	61
Lampiran 4 Dokumentasi Uji Proposal TA.....	62
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	63
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 7 Bukti Google Form.....	68
Lampiran 8 Tabulasi Responden.....	69
Lampiran 9 Hasil SPSS.....	77
Lampiran 10 R – Tabel.....	79
Lampiran 11 Sertifikat Praktik Industri	80
Lampiran 12 Dokumentasi Observasi.....	81
Lampiran 13 Bukti Penyebaran Kuesioner	82