

EKSPLORASI STRATEGI PROMOSI *ONLINE* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP* TERHADAP *REDUCED CUSTOMER TRAFFIC* DI ASTON PASTEUR HOTEL BANDUNG

Ditulis oleh:

Dewinda Nurul Fatwatun Arifah

Dibimbing oleh:

Dr. Henny Utarsih., S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi *online* dan *customer relationship* terhadap *reduced customer traffic* di Aston Pasteur Hotel Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh masyarakat yang pernah berkunjung ke Aston Pasteur Hotel Bandung yang jumlah populasinya tidak diketahui. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 125 responden yang pernah berkunjung ke Aston Pasteur Hotel Bandung dan menggunakan metode rumus slovin. Sampel berdasarkan teknik tingkat responden dan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS. Hasil dari penelitian ini uji pengaruh langsung menunjukkan bahwa Strategi Promosi *Online* terhadap *Reduced Customer Traffic* memiliki negatif dan signifikan. *Customer relationship* terhadap *Reduced Customer Traffic* memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Berdasarkan uji pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa strategi promosi *online* dan *customer relationship* terhadap *Reduced Customer Traffic* memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Promosi *Online*, *Customer Relationship*, *Reduced Customer Traffic*

**EXPLORATION OF PROMOTION STRATEGIES ONLINE AND CUSTOMER
RELATIONSHIP TO REDUCED CUSTOMER TRAFFIC ASTON PASTEUR HOTEL
BANDUNG**

Written by:

Dewinda Nurul Fatwatun Arifah

Preceptor:

Dr. Henny Utarsih., S.E., M.Si

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of promotional strategies online And customer relationship to reduced customer traffic at Aston Pasteur Hotel Bandung. The method used in this study is quantitative with a descriptive and verification approach. The population used is all people who have visited Aston Pasteur Hotel Bandung, whose population size is unknown. The sample taken in this study was 125 respondents who have visited Aston Pasteur Hotel Bandung and used a slovin technique. The sample is based on the respondent level technique and the data collection method uses a questionnaire. The statistical analysis used in this study is SPSS. The results of this study, the direct effect test shows that the Promotion Strategy Online to Reduced Customer Traffic has a negative and significant influence. Customer relationship to Reduced Customer Traffic has a negative and significant influence. Based on the indirect influence test, it shows that the promotional strategy online And customer relationship to Reduced Customer Traffic has a positive and significant influence.

Keywords: Promotion Online, Customer Relationship, Reduced Customer Traffic