

## ABSTRAK

**Nurazizah . 2024. STRATEGI PEMASARAN *POST GRAND OPENING* DENGAN BAURAN PEMASARAN 4P. *PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION*: STUDI KASUS DI HOTEL SWISS-BELCOURT LOMBOK .** Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing : **Muhammad Sultan Hali,S.Pd.,M.M.Par** dan **Muhammad Husni, S.S.T.Par.,M.Par.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh departemen sales&marketing Hotel Swiss-Belcourt Lombok *Post Grand Opening* dengan bauran pemasaran 4P seperti, *Product, price,Place, dan Promotion*. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung ke tempat penelitian sehingga peneliti dapat mengetahui keadaan lokasi yang penelitian yang sebenarnya.setelah melakukan observasi sehingga penulis dapat data-data yang di olah sehingga mendapatkan hasil yang di inginkan.

Peneliti juga melakukan wawancara dan dokumentasi dengan sales Hotel Swiss-Belcourt Lombok untuk mendapatkan informasi yang akan mendukung data hasil obsevasi.Penelitian ini akan menghasilkan bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan Hotel Swiss-Belcourt Lombok *Post Grand Opening* yang peneliti harapkan bermanfaat sebagai pembelajaran berikutnya.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Swiss-Belcourt *post grand opening* sudah baik Khususnya pada empat bauran pemasran.Namun perlu di inovasi bauran pemasran yaitu promosi yang lebih insetif secara tidak hanya menarik perhatian lokal atau pemerintahan akan tetapi menarik tamu dari luar daerah demi menaikkan kunjungan khususnya wisatawan mancanegara maupun domestik.

Kata Kunci : Hotel Swiss-Belcourt Lombok, Strategi pemasaran,  
Post grand opening.

## **ABSTRACT**

**Nurazizah.** 2024. *POST GRAND OPENING MARKETING STRATEGY WITH 4P MARKETING MIX. PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION: A CASE STUDY AT SWISS-BELCOURT HOTEL LOMBOK.* Lombok Tourism Polytechnic. Supervisor: **Muhammad Sultan Hali, S.Pd.,M.M.Par** and **Muhammad Husni, S.S.T.Par.,M.Par.**

*This study aims to determine how the marketing strategy carried out by the sales & marketing department of the Swiss-Belcourt Lombok Post Grand Opening Hotel with the 4P marketing mix such as, Product, price, Place, and Promotion. This research was conducted by direct observation to the research site so that the researcher could find out the actual location of the research. after making observations so that the author can process the data so as to get the desired results.*

*Researchers also conducted interviews and documentation with Swiss-Belcourt Lombok Hotel sales to obtain information that will support the data from the observation results. This research will result in how the marketing strategy carried out by Swiss-Belcourt Lombok Post Grand Opening Hotel which researchers hope will be useful as the next learning.*

*This study found that the marketing carried out by the Swiss-Belcourt Hotel after the grand opening was good, especially in the four marketing mixes. However, it is necessary to innovate the marketing mix, namely promotions that are more incentive not only to attract local or government attention but to attract guests from outside the region in order to increase visits, especially foreign and domestic tourists.*

*Keywords: Swiss-Belcourt Lombok Hotel, Marketing strategy, Post grand opening*