

ABSTRAK

Penelitian mengenai industri pariwisata di Kabupaten Kuningan menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat okupansi hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap tingkat okupansi hotel di Kabupaten Kuningan. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif pada 82 staf manajemen hotel dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan secara positif dan signifikan mempengaruhi tingkat okupansi hotel, bauran pemasaran jasa memiliki koefisien regresi 0,161 dan kualitas pelayanan 0,250, dengan kedua variabel ini secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan (nilai signifikansi masing-masing 0,013 dan 0,000; simultan 0,000). Kedua variabel ini mampu menjelaskan 60,3% variasi tingkat okupansi, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan, dan musim wisata. Kesimpulannya, pengelolaan bauran pemasaran jasa dan peningkatan kualitas pelayanan merupakan strategi penting untuk meningkatkan okupansi hotel di Kabupaten Kuningan. Rekomendasi penelitian mengarah pada optimalisasi dimensi pemasaran yang kurang maksimal serta perluasan metode dan area studi berikutnya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Pelayanan, Okupansi Hotel.