

STRATEGI PROMOSI VIA RADIO YANG DILAKUKAN RESTORAN DAPUR
JAWA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN DAN TANGGAPAN
KONSUMEN TERHADAP STRATEGI YANG DILAKUKAN

TUGAS AKHIR

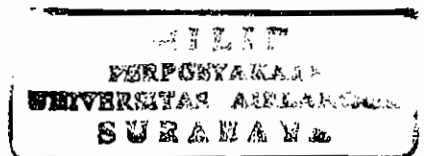
Fu Pu 25/06
Swa
S



OLEH :

SUSI SWANDANI

NIM : 070210888-S



**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2005/2006

**STRATEGI PROMOSI VIA RADIO YANG DILAKUKAN RESTORAN DAPUR
JAWA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN DAN TANGGAPAN
KONSUMEN TERHADAP STRATEGI YANG DILAKUKAN**

TUGAS AKHIR

**Sebagai Syarat Untuk Menempuh Gelar Ahli Madya
Pada Program Studi D-III Pariwisata
Universitas Airlangga**

OLEH :

SUSI SWANDANI

NIM : 070210888-S

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2005/2006

Lembar Persetujuan

Setuju Untuk Diujikan

Surabaya, 09 Januari 2006

Dosen Pembimbing,



Sri Endah Nurhidayati S.Sos.Msi


NIP. 132.208.715

HALAMAN PENGESAHAN

**Tugas Akhir Ini Telah Dipertahankan Di Hadapan Panitia Penguji
Pada Tanggal : 09 Januari 2006**

Panitia Penguji Terdiri Dari :

Dosen Penguji 1



Sri Endah Nurhidayati S.Sos.Msi

NIP. 132.208.715

Dosen Penguji 2



M Nurdin S.Sos.Msi

NIP. 132.230.972

ABSTRAKSI

Pariwisata adalah suatu kebutuhan umat manusia di seluruh dunia. Karena dengan adanya kehidupan sehari – hari baik dari segi budaya, adapt – istiadat dan juga kebiasaan hidup sehari – hari sehingga menyebabkan rasa ingin tahu seseorang untuk menikmatinya, sehingga timbullah niat untuk melakukan perjalanan. Untuk itu diperlukan faktor – faktor pengganti di tempat yang dituju untuk makan, minum atau keperluan lainnya. Dan untuk pengganti tersebut muncullah salah satu jenis industri pariwisata yaitu restoran. Restoran sendiri adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial dan bertujuan untuk mencari untung. Restoran kali ini yang dibahas adalah restoran Dapur Jawa. Restoran ini menyediakan berbagai macam jenis masakan dari daerah Jawa Tengah. Restoran ini baru dibuka pada tanggal 9 Januari 2005, sehingga banyak warga Surabaya yang belum mengetahui keberadaan restoran ini. Oleh karena itulah restoran ini melakukan strategi promosi untuk memperkenalkan menu – menu yang ada yang otomatis akan menambah pula pendapatan restoran.

Perumusan yang dibahas adalah bagaimana strategi promosi via radio yang dilakukan oleh restoran Dapur Jawa dalam meningkatkan kunjungan dan juga tanggapan konsumen terhadap strategi promosi yang dilakukan restoran Dapur Jawa.

Dalam hal ini metodologi penelitian yang dipakai adalah media kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku dalam hal ini yaitu Manager Operasional, Sales and Marketing dan juga konsumen dengan cara diamati (observasi).

Hasil penelitiannya yaitu dalam restoran ini mengadakan promosi melalui media radio. Karena dengan adanya media radio tersebut jumlah kunjungan tamu yang datang semula turun dapat meningkat setelah adanya promosi ini. Dan memang media radio cukup efektif dalam peningkatan kunjungan. Tanggapan dari berbagai macam konsumen sangatlah penting. Karena dengan adanya saran ataupun kritik yang diberikan akan menambah pengetahuan bagi pihak restoran apa saja yang harus dibenahi ataupun dipertahankan demi kelangsungan restoran Dapur Jawa.