

## **ABSTRACT**

This research is entitled Marketing Strategy to Increase Room Occupancy at Sanctoo Suites & Villas Gianyar, Bali. This study aims to find the right marketing strategy in order to increase room occupancy at Sanctoo Suites & Villas. The method used for this study was purposive sampling involving 10 respondents, using the SWOT analysis technique. The data used is both qualitative and quantitative. The results showed that the total IFAS score was 3.47 and the total EFAS score was 3.15, which means that the position of Sanctoo Suites & Villa is in quadrant I, namely the position of growth. In accordance with the resulting SWOT analysis, alternative strategies that can be applied are; utilizing tourist objects around the hotel as a complimentary products; offering package bundling in certain seasons or situations; and giving special discounts to long-stay guests.

Keywords : Marketing Strategy, Marketing Mix, Room Occupancy, SWOT Analysis, Sanctoo Suites & Villa

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Hunian Kamar Pada Sanctoo Suites & Villa Gianyar - Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perumusan strategi pemasaran yang tepat agar mampu meningkatkan hunian kamar pada Sanctoo Suites & Villa. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah purposive sampling yang melibatkan 10 responden, dengan teknik analisis SWOT. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan total skor IFAS sebesar 3,47 dan total skor EFAS 3,15 yang berarti posisi Sanctoo Suites & Villa berada pada kuadran I yaitu posisi pertumbuhan. Sesuai dengan Analisis SWOT yang dihasilkan, strategi alternatif yang dapat diterapkan yaitu, memanfaatkan objek wisata sekitar hotel sebagai produk compliment, menawarkan package bundling di musim atau situasi tertentu, memberikan diskon spesial kepada *long stay guest*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Hunian Kamar, Analisis SWOT, Sanctoo Suites & Villa