

ABSTRAK

Kamojang Green Hotel & Resort merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam industri jasa, Kamojang Green Hotel & Resort salah satu hotel yang berada di Kabupaten Garut yang memberikan suasana perkampungan khas sunda. Dari tahun ketahun kunjungan yang datang ke Kamojang Green Hotel & Resort mengalami kenaikan tahun 2015 rata-rata sebanyak 1344 orang dan pada tahun 2016 rata-rata sebanyak 2226 orang tetapi meski meski mengalami kenaikan Kamojang Green Hotel & Resort dikategorikan sebagai hotel baru di Kabupaten Garut. Banyak orang belum mengetahui tentang Kamojang Green Hotel & Resort kebanyakan pengunjung datang dari daerah Garut, Bandung, Jakarta dan untuk kota lain masih belum ada atau terhitung sedikit atau mungkin masih belum mengetahui tentang Kamojang Green Hotel & Resort. Maka untuk mengetahui bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Kamojang Green Hotel & Resort maka penulis mengambil judul **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Kamojang Green Hotel & Resort di Garut Pada Tahun 2017”**.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kegiatan *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations* dan *direct marketing* yang dilakukan oleh Kamojang Green Hotel & resort termasuk kegiatan promosi yang baik, membuat konsumen mengetahui mengenai Kamojang Green Hotel & Resort, dan meningkatkan jumlah kunjungan yang datang ke Kamojang Green Hotel & Resort.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Bauran Promosi, Perhotelan