

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Dalam perencanaan komunikasi pemasaran yang telah dibuat, *pertama* dengan menentukan *Audience* sasaran dengan cara ditujukan pada khalayak luas artinya tidak mengenal batasan untuk mencari konsumen, *kedua* menentukan tujuan komunikasi agar mempengaruhi keputusan untuk pembelian produk yang ditawarkan, *ketiga* menggunakan media cetak agar menarik perhatian konsumen.
2. Kegiatan pemasaran hotel Grand Q dengan melakukan kegiatan *personal selling* (penjualan personal) dan *direct marketing* (pemasaran langsung) dalam memasarkan produknya dan untuk memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran agar mendapatkan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran hotel Grand Q berjalan dengan baik yang di dukung dengan adanya perencanaan komunikasi pemasaran dan kegiatan pemasaran.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, berikut ini saran-saran yang peneliti berikan untuk hotel Grand Q yaitu:

1. Mengingat persaingan dikalangan hotel terjadi cukup ketat, hendaknya *staff sales marketing* hotel Grand Q mencoba strategi komunikasi

pemasaran yang berbeda dari sebelumnya. Misalnya menggunakan media televisi atau media radio untuk mempromosikan hotel Grand Q.

2. Dalam menggunakan media cetak sebaiknya menggunakan pesan yang mudah diingat oleh konsumen atau pesan yang dapat dimengerti oleh konsumen. karena setiap isi pesan yang terdapat pada media cetak sebagian besar menggunakan bahasa asing dibanding bahasa Indonesia. Sehingga akan sulit menarik perhatian konsumen.
3. Dalam kegiatan *personal selling* para sales hotel Grand Q pada bagian presentase penjualan lebih pandai lagi menjelaskan segala informasi perusahaan perhotelan, karena sangat penting untuk membangun kepercayaan dan meyakinkan calon konsumen hingga akhirnya konsumen menjadi pelanggan hotel Grand Q.
4. Untuk kenyamanan konsumen atau pelanggan sebaiknya pada bagian depan hotel terdapat pos penjagaan, selain itu hotel masih kekurangan ruang parkir mobil.
5. Peneliti berharap tulisan ini dapat meningkatkan keberhasilan hotel Grand Q, serta dapat mencegah kendala-kendala yang terjadi dalam strategi komunikasi pemasaran.