

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan tentang keputusan pelanggan menginap di hotel berbintang di kota Gorontalo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, ketiga hotel berbintang yakni Maqna, Grand-Q, dan Amaris memberikan kualitas produk jasa yang baik kepada pelanggan,
2. Penentuan harga dari masing-masing hotel sudah tepat, sehingga mampu memikat pelanggan bahkan mempertahankan pelanggan
3. Pelanggan memilih menginap di hotel berbintang karena lokasinya yang strategis yang berada di jantung kota Gorontalo membuat pengunjung mudah mengakses hotel Maqna, Grand-Q, dan Amaris.
4. Promosi penjualan yang dilakukan oleh ketiga hotel tersebut yakni 1) Periklanan: elektronik maupun media cetak, 2) Personal selling juga dilakukan dengan menentukan karyawan yang menjadi *sales call*, 3) Publisitas, menjadi sponsor pada event-event tertentu yang diliput oleh Gorontalo Post, dan 4) Promosi penjualan: pada event-event tertentu secara informal.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan kepada Hotel Maqna, Grand-Q, dan Amaris yakni sebagai berikut

1. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, pihak hotel juga bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan perjalanan nasional yang secara online agar pelanggan di daerah Indonesia tahu bahwa di Gorontalo sudah ada hotel berbintang, misalnya traveloka, dll
2. Sebagai bagian dari promosi, pihak hotel bisa menyisipkan brosur di dalam surat kabar. Upaya memasang iklan di surat kabar sudah baik, namun seperti kita ketahui bahwa kualitas kertas dan warna pada koran hanya bertuliskan dengan warna hitam. Jika brosur diselipkan, maka para pembaca Koran bisa melihat dan membaca keistimewaan hotel dari brosur tersebut.
3. Sebaiknya pihak hotel lebih meningkatkan SDM para karyawan, bagaimana berkomunikasi, apalagi bagi pelanggan luar negeri.