

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut penelitian yang telah dilakukan penulis melalui pengumpulan data dengan cara dokumentasi, observasi dan wawancara terhadap PR dan pelanggan yang pernah menginap di hotel Grand Q Gorontalo, dapat disimpulkan bahwa:

1. Upaya PR dalam membangun brand positioning hotel Grand Q sudah baik, dimana mereka melakukan hubungan kerja sama dengan beberapa media diantaranya melalui media elektronik yaitu Mimoza TV dan M Radio, media cetak Gorontalo post dan Radar Gorontalo. mereka juga melakukan kegiatan publikasi melalui penyebaran brosur-brosur dan pemasangan spanduk di beberapa titik di kota Gorontalo.
2. Pihak PR juga melakukan hubungan kerja sama dengan beberapa pihak dari *Government* dan *Corporate*, bekerja sama dengan situs *online travel agent* terbesar di Asia Tenggara (Agoda.com), serta mempublikasikan hotel mereka di website (www.grandqgorontalo.com).
3. Pada hasil wawancara dan hasil observasi di situs *online*, bahwa pelanggan sudah bisa menilai dari berbagai aspek seperti lokasi, pelayanan, kenyamanan/kebersihan, restoran/makanan, manfaat yang diterima dalam menggunakan produk hotel, dan keunggulan/keunikan yang ada pada hotel. Hal tersebut yang akan berdampak pada *brand positioning* hotel Grand Q, melihat pesaing yang ada seperti hotel Maqna yang dikenal

dengan hotel berbintang 4 yang memiliki fasilitas lengkap dan hotel Amaris yang juga sebagai hotel *budget*.

5.2 Saran

1. Pihak PR hotel Grand Q seharusnya perlu memaksimalkan dan memperhatikan posisi mereka di target pasar perhotelan kota Gorontalo, dengan menyelenggarakan upaya kegiatan publikasi, promosi dan produk-produk serta fasilitas unggulan hotel mereka untuk membangun dan mempertahankan *brand positioning* hotel mereka di benak masyarakat.
2. Kepada peneliti lain disarankan untuk meneliti strategi yang harus dilakukan seorang PR bukan hanya dalam memasarkan produk atau fasilitas dari mereka sendiri tetapi juga bagaimana cara mereka untuk lebih berbaur lagi dengan masyarakat sekitar sehingga dapat membangun *brand image* yang lebih baik lagi dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Susanto & Himawan, W. 2004. *Power branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. PT. Mizan Publika. Jakarta.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Menejemen Pemasaran*. PT Sarana. Bandung.
- Dewanti W, Puruhita. 2010. *Strategi Public Relation Hotel Nirwana Pekalongan dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*. <http://core.ac.uk/download/pdf/11723816.pdf>. Diakses pada tanggal 7 Agustus 2015.
- Hakim F, Wahid. 2013. *Strategi Media Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo*. http://eprints.ums.ac.id/27302/11/02._Naskah_Publikasi.pdf. Diakses pada tanggal 7 Agustus 2015
- Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan sosial (kualitatif dan kuantitatif)*. Gaung Persada Press. Jakarta.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Erlangga. Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2009. *Brand Opertion*. Erlangga. Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen pemasaran*. Edisi 1. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mardalis. 2007. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Miles, B. Matthew. Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Moleong, Lexy. 2003. *Metode Penelitian Kualitif*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. PT Grasindo. Jakarta.
- Sari R, Desi. 2012. *Peran dan Strategi Public Relation dalam Mempertahankan Brand Awareness di Leberingin Hotel Salatiga*. http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2727/3/T1_362007040_BAB%20II.pdf. Diakses pada tanggal 28 Juli 2015.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soehadi, A.W. 2005. *Effective branding: Konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. Quantum Bisnis & Manajemen. Bandung.
- Sukmadinata, Nana. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sulastiyono, Agus. 2004. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sutopo. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Yulianita, Neny. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Pusat Penerbitan. Universitas Bandung.

Sumber pustaka dari internet :

- www.aggoda.com