

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang terdapat pada Bab IV, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. **Periklanan** yang dilakukan Hotel Horison Ultima Bandung dalam menarik minat konsumennya yaitu dengan cara memanfaatkan beberapa media sosial, lalu memakai media cetak seperti radio maupun edlips, serta menjadikan Instagram sebagai salah satu media yang difokuskan dalam melakukan sebuah kegiatan promosi.
2. **Penjualan Personal** yang dilakukan Hotel Horison Ultima Bandung dalam menarik minat konsumennya dengan membagikan sebuah brosur mengenai promo fasilitas yang ada di dalam hotel kepada tamu secara *face to face*.
3. **Promosi Penjualan** yang dilakukan Hotel Horison Ultima Bandung dalam menarik minat konsumennya yaitu Hotel Horison melakukan beberapa strategi promosi dengan menawarkan promo berupa f&b serta promo voucher kamar melalui live Instagram.
4. **Hubungan Masyarakat** yang dilakukan Hotel Horison Ultima Bandung dalam menarik minat konsumennya yaitu dengan cara mengadakan sebuah seminar yang bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak

internal maupun eksternal, serta Hotel Horison Ultima Bandung sangat mempertahankan citranya dengan baik dimata para konsumennya salah satu upayanya dengan memberikan sebuah *compliment*.

5. **Strategi Promosi** yang dilakukan Hotel Horison Ultima Bandung dapat dikatakan meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung. Untuk memaksimalkan kegiatan promosi yang dilakukan dapat diterapkan dengan menggunakan 4 (empat) bauran promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Akan tetapi, Hotel Horison Ultima Bandung lebih cenderung melakukan kegiatan penjualan personal dan promosi penjualan sedangkan dalam periklanan hanya sebagai jembatan/alat bantu media promosi dan hubungan masyarakat lebih mengutamakan kepada pencitraan kepada publik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar Hotel Horison Ultima Bandung agar memperbanyak kegiatan promosi agar lebih banyak menarik konsumen untuk datang mengunjungi Hotel Horison.
2. Peneliti menyarankan agar Hotel Horison Ultima Bandung menambahkan beberapa media promosi yang digunakan agar memperoleh lebih banyak perhatian dari para konsumennya dan jangan hanya terpaku pada satu media sosial saja, jika media sosialnya fokus ke Instagram dalam feedsnya lebih di

desain yang unik dan menarik agar tampilannya enak dipandang oleh para penglihatnya.

3. Peneliti menyarankan agar Hotel Horison Ultima Bandung menggunakan influencer atau selebgram yang berfokus membuat konten mengenai review kamar hotel dan lainnya, karena dengan menggunakan influencer untuk berpromosi dapat menaikkan rating hotel ataupun agar semakin banyak orang yang mengetahui tentunya dengan banyaknya orang yang mengetahui Hotel Horison Ultima Bandung semakin banyak pula peluang yang dapat dihasilkan.