

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Terdapat pengaruh antara periklanan (*advertising*) terhadap keputusan tamu menginap. Karena dengan periklanan mampu mengedukasi konsumen dan dapat memberikan tanggapan yang positif. Iklan yang baik akan dapat melekat dengan baik di ingatan konsumen.
2. Terdapat pengaruh antara promosi penjualan (*sales promotion*) terhadap keputusan tamu menginap. Karena dengan promosi penjualan dapat membuat konsumen leluasa dalam memilih promo yang diinginkan dan menyesuaikan dengan kondisi mereka.
3. Terdapat pengaruh antara hubungan masyarakat (*public relation*) terhadap keputusan tamu menginap. Karena citra positif yang dimiliki oleh hotel memiliki peran yang sangat kuat bagi keberlangsungan jangka panjang. Kesadaran merek mempengaruhi rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian dengan mengurangi tingkat resiko yang dirasakan atas suatu merek yang diputuskan untuk dibeli.
4. Terdapat pengaruh antara penjualan personal (*personal selling*) terhadap keputusan tamu menginap. Karena dengan penjualan personal lebih meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan

melalui langkah persentasi dan demonstrasi yang dilakukan oleh tenaga penjualnya. Sehingga konsumen lebih puas dengan pilihannya.

5. Terdapat pengaruh antara pemasaran langsung (*direct marketing*) terhadap keputusan tamu menginap. Karena dengan pemasaran langsung dapat terbentuk hubungan secara langsung dan cermat yang ditargetkan kepada konsumen individu untuk mendapatkan tanggapan langsung dari keduanya dan dapat menumbuhkan hubungan baik dengan konsumen.
6. Terdapat pengaruh antara kualitas hotel terhadap keputusan tamu menginap. Karena dengan kualitas hotel yang baik jasa yang diterima (*expected service*) atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik.

## **B. Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Hotel Java Heritage Purwokerto mengkonsep iklan dengan lebih kreatif sehingga upaya untuk memberikan informasi secara lengkap terkait dengan keunggulan produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
2. Hotel Java Heritage Purwokerto memberikan promosi penjualan dengan bekerja sama dengan travel web. Karena masa sekarang ini, banyak konsumen yang lebih suka menggunakan media internet.
3. Hotel Java Heritage Purwokerto mengadakan event yang mampu mendekatkan masyarakat dengan pihak hotel. Sehingga selain masyarakat

akan lebih tertarik, juga secara tidak langsung mampu memberikan referensi kepada kerabatnya bahwa Hotel Java Heritage Purwokerto memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik.

4. Hotel Java Heritage Purwokerto melobi instansi-instansi pemerintah maupun swasta agar dapat mengadakan kerja sama yang mampu meningkatkan pembelian.
5. Hotel Java Heritage Purwokerto mengadakan pelatihan *word of mouth* agar kualitas sales marketingnya semakin baik. Dan dapat memaksimalkan pemasaran langsung.
6. Hotel Java Heritage Purwokerto meningkatkan kualitas hotel dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan karyawan. Sehingga konsumen yang sudah puas menjadi semakin loyal.

