

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *public relations* Hotel Panghegar Bandung terdiri dari *publications, events, news, public service activities, dan identity media*. Secara umum pengunjung memiliki penilaian yang baik terhadap program ini. Program *public relations* yang paling tinggi pengaruhnya terhadap *corporate image* adalah melalui *publications*.
2. Penilaian pengunjung mengenai *corporate image* Hotel Panghegar Bandung secara umum cukup tinggi. Aspek yang memiliki nilai tertinggi adalah *people and relationships*.
3. Program *public relations* mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap *corporate image*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program *public relations* yang dilakukan Hotel Panghegar Bandung melalui dari *publications, events, news, public service activities, dan identity media* mampu mempengaruhi *corporate image* Hotel Panghegar Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Program *public relations* terbukti mampu mempengaruhi *corporate image* Hotel Panghegar Bandung, akan tetapi ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki, seperti frekuensi pengunjung dalam mengetahui dan mendengarkan *events* yang akan dilaksanakan Hotel Panghegar Bandung. Hal ini dapat diantisipasi dengan pemilihan ulang media untuk mempublikasikan *events* yang akan berlangsung, agar lebih banyak pengunjung yang mengetahui *events* yang dilakukan Hotel Panghegar Bandung.
2. Program *public relations* Hotel Panghegar khususnya *identity media* sudah mendapatkan penilaian yang baik dari pengunjung, mereka dapat mengenal Hotel Panghegar melalui identitas media seperti melalui logo, *tagline*, bangunan, tanda formulir bisnis, brosur dan cara berpakaian pegawai. Hal ini harus terus dipertahankan agar lebih banyak pengunjung maupun publik yang *aware* akan berbagai identitas media tersebut.
3. Saran penulis untuk mempertahankan bahkan meningkatkan *corporate image* Hotel Panghegar Bandung adalah dengan meningkatkan program-program kepedulian sosial sebagai bukti kepedulian serta sumbangsih pihak Hotel Panghegar Bandung kepada publik sehingga pengunjung pun lebih menyadari akan adanya kegiatan-kegiatan kepedulian sosial yang dilakukan pihak Hotel Panghegar Bandung, bahkan dapat menarik minat pengunjung untuk turut

berpartisipasi dalam kegiatan kepedulian sosial yang diadakan oleh Hotel Panghegar Bandung.

4. Hotel Panghegar Bandung harus terus mempertahankan *people and relationships*, dengan selalu memperhatikan *standard operating procedure* para karyawan, seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung, baik sikap para karyawan, keramahan karyawan, komunikasi yang dilakukan karyawan sehingga menghasilkan pelayanan yang prima. Dengan demikian diharapkan pengunjung pun merasa puas dan tertarik menjadi *member* Hotel Panghegar Bandung yaitu *Panghegar Executive Club* (PXC) sebagai bukti loyalitas pada Hotel Panghegar.
5. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Hotel Panghegar Bandung, para peneliti dapat mengangkat masalah mengenai pengembangan inovatif yang dilakukan grup Hotel Panghegar Bandung dengan bergerak di sektor bisnis properti yaitu *luxury apartment and condotels*.