

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritis, hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui analisis promosi penjualan terhadap keputusan menginap di Hotel Kedaton Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan yang diselenggarakan oleh Hotel Kedaton Bandung dengan dimensi potongan harga, *discount*, kupon dan demonstrasi. Pada promosi penjualan dapat diketahui mulai dari manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada tamu, kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh Hotel Kedaton Bandung dalam mempertahankan pelanggan di masa mendatang. Promosi penjualan dalam penelitian ini terdiri dari empat dimensi dan dari keempat dimensi tersebut yang memiliki pengaruh paling besar adalah dimensi potongan harga, hal ini berkaitan erat dengan *corporate rate* yang dilaksanakan oleh Hotel Kedaton Bandung sedangkan yang memiliki pengaruh yang rendah ada pada dimensi *discount*, hal ini terjadi karena pelaksanaan *discount* yang dilakukan oleh Hotel Kedaton Bandung dirasakan kurang menarik perhatian dari segi penawaran yang diberikan melalui dimensi tersebut khususnya bagi tamu hotel yang telah menjadi pelanggan setia Hotel Kedaton Bandung sehingga dimensi tersebut kurang memberikan kontribusi dalam meningkatkan keputusan menginap bagi Hotel Kedatoin Bandung.

2. Deskripsi keputusan menginap yang diindikasikan dalam pemilihan produk atau jasa, persyaratan dan waktu pengiriman, persyaratan pelayanan serta metode pembayaran. Dilihat dari berbagai kelebihan produk yang ditawarkan, variasi harga yang diberikan serta kemudahan dalam melakukan pembayaran yang dapat dilakukan di Hotel Kedaton Bandung dapat diperoleh penilaian bahwa persyaratan dan waktu pengiriman *corporate rate* mendapatkan skor tertinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tamu bisnis yang menjadi pelanggan Hotel Kedaton di mana tamu bisnis yang dijadikan sebagai responden adalah perusahaan-perusahaan yang menjadi top produser Hotel Kedaton Bandung yang menjalin kerjasama dengan Hotel Kedaton Bandung melalui *corporate rate*.
3. Analisis promosi penjualan Hotel Kedaton Bandung dapat menciptakan keputusan menginap, hal ini dapat dilihat pada pengujian penelitian yang menunjukkan terdapat penciptaan yang besar pada keputusan menginap. Potongan harga, *discount*, kupon dan demonstrasi yang mengindikasikan promosi penjualan merupakan dasar penyampaian pada tamu dari segi promosi yang dilakukan oleh Hotel Kedaton Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat dijadikan acuan oleh pihak manajemen Hotel Kedaton Bandung. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat diaplikasikan berdasarkan pada temuan penelitian untuk menciptakan keputusan menginap yang lebih tinggi.

1. Pelaksanaan program promosi penjualan hendaknya mengoptimalkan semua faktor yang dimiliki sehingga akan terjadi keseimbangan setiap faktor maupun dimensi yang terdapat pada program promosi penjualan yang dilakukan di Hotel Kedaton Bandung. Berdasarkan temuan yang didapat dari penelitian ini bahwa potongan harga yang memiliki pengaruh besar dalam program promosi penjualan yang dilakukan juga perlu didukung dimensi lain yang akan lebih meningkatkan keputusan tamu untuk menginap di Hotel Kedaton Bandung.
2. Keputusan menginap tamu paling besar dipengaruhi oleh persyaratan dan waktu pengiriman *corporate rate* kepada perusahaan yang menjadi pelanggan Hotel Kedaton Bandung. Selain dimensi keputusan yang berpengaruh terhadap keputusan menginap, fasilitas lain yang menjadi penunjang kegiatan tamu bisnis di Hotel Kedaton Bandung juga ikut berperan serta dalam meningkatkan tamu untuk melakukan kegiatan bisnisnya di Hotel Kedaton Bandung
3. Saran penulis untuk dapat meningkatkan dan tidak hanya mempertahankan keputusan menginap, salah satunya adalah dengan melakukan promosi yang lebih sering mengingat banyaknya hotel baru yang semakin menjamur di Kota Bandung, pembenahan pada manajemen agar setiap departemen bisa saling bekerjasama dengan baik, fasilitas yang diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya serta harga yang mampu bersaing dengan hotel lain yang memiliki keunggulan masing-masing. Perusahaan dapat pula melakukan penelitian tersendiri dalam hal ini adalah Hotel Kedaton Bandung mengenai sejauh mana tingkat penilaian konsumen mengenai kualitas produk dan pelayanan yang

dilakukan oleh Hotel Kedaton Bandung sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merancang program pemasaran yang lebih baik lagi dari yang telah dilakukan.

4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan oleh mahasiswa yang pernah mengikuti kegiatan *training* di hotel dengan rentang waktu yang cukup singkat yaitu selama 4 bulan 2 minggu. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya dalam menciptakan keputusan menginap disarankan untuk melakukan penelitian yang berkaitan erat dengan *membership* pada Hotel Kedaton Bandung yang juga memiliki *club* tersendiri sebagai bentuk apresiasi perusahaan dalam memberikan penghargaan terhadap pelanggannya khususnya yang tergabung dalam komunitas tersebut.