

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai promosi Golden Flower Hotel Bandung memiliki respon yang baik. Promosi yang memiliki nilai paling tinggi / diperoleh oleh sub variabel *personal selling*, terbukti dengan tanggapan tamu bisnis terhadap *personal selling* yang berada pada posisi paling tinggi. Sub variabel *personal selling* mendapatkan respon paling tinggi dari tamu bisnis, sedangkan yang paling rendah yaitu sub variabel *direct marketing*.
2. Gambaran mengenai tamu bisnis yang menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandung yang terdiri dari sub variabel antara lain pemilihan produk, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu pembelian, persyaratan pelayanan, dan metode pembayaran memiliki respon yang baik. Sub variabel metode pembayaran mendapatkan respon yang paling tinggi dari tamu bisnis. Sedangkan yang paling rendah yaitu pemilihan produk.

3. Promosi yang terdiri dari *advertisng*, *direct marketing*, *sales promotion* dan *personal selling* terdapat pengaruh positif antara hubungan promosi dan keputusan menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan *meeting package* yaitu:

1. Promosi terbukti dapat mempengaruhi keputusan menggunakan *meting package* di Golden Flower Hotel Bandung. Sub variabel promosi yang memiliki penilaian yang dirasakan lebih rendah dibanding dengan sub variabel *sales promotion* dan *personal selling* adalah *advertising* dan *direct marketing*. Dari sub variabel *advertising*, kejelasan informasi melalui media surat kabar / pikiran rakyat harus lebih dimaksimalkan isi pesan yang dimaksud agar dapat dimengerti oleh tamu bisnis. Untuk sub variabel *direct marketing*, kelengkapan informasi penawaran melalui telepon, *fax*, *email*, *blackberry messenger*, dan *facebook* diharapkan lebih meningkatkan dan melengkapi isi pesan yang akan disampaikan. Pada sub variabel *sales promotion*, nilai terendah adalah kesesuaian *voucher* yang ditawarkan, diharapkan agar harus lebih menyesuaikan *voucher* yang diharapkan dari tamu bisnis. Sub variabel terakhir yaitu *personal selling*, nilai terendah yaitu tingkat kecakapan *sales executive* dalam persentasi, hal

ini diharapkan agar *sales executive* dapat lebih terampil, lebih siaga dalam persentasi kepada tamu bisnisnya.

2. Persepsi tamu bisnis terhadap keputusan menggunakan *meeting package* dinilai cukup baik namun untuk mempertahankan bahkan meningkatkan keputusan menggunakan *meeting package* dapat dilakukan terus mengetahui kebutuhan setiap tamu bisnis yang berbeda-beda. Pada sub variabel pemilihan produk, mendapatkan nilai terendah yaitu tingkat variasi produk yang ditawarkan. Disini hotel harus lebih mengembangkan variasi produk yang ditawarkan kepada tamu bisnis. Sub variabel dari jumlah pembelian dengan nilai terendah yaitu tingkat besarnya nilai pembelian *meeting package* yang dilakukan. Sub variabel pada persyaratan dan waktu pembelian dengan nilai terendah tingkat pembelian *meeting* pada saat *weekend*. Pada sub variabel persyaratan pelayanan, tingkat ketepatan fasilitas *meeting* terhadap keinginan perusahaan harus lebih dimaksimalkan apa yang di inginkan perusahaan. Pada sub variabel terakhir yaitu metode pembayaran, nilai terendah yaitu tingkat kemudahan untuk melakukan pembayaran.
3. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan dalam pengkajian teori promosi yang masih belum lengkap, teori pendukung yang kurang dan masih menggunakan teori-teori lama serta masih adanya *typing error*. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai strategi pemasaran pemasaran yang dilakukan industri perhotelan, selain

itu peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang dapat memberikan program maupun strategi yang dilakukan pihak Golden Flower Hotel Bandung untuk dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya yang berada di Bandung agar dapat meningkatkan keputusan menggunakan *meeting package*.

