

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Citra Di Pulau Umang Resort Kabupaten Pandeglang Banten”**, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran promosi di Pulau Umang Resort ialah diukur melalui 4 buah indikator, yaitu; *Advertising* (iklan), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Direct Marketing* (pemasaran langsung), dan *Publicity* (publisitas). Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan bahwa promosi berada pada kategori baik, menarik, memuaskan dan akan membawa implikasi yang positif terhadap peningkatan citra di Pulau Umang Resort. Kemudian dari data kunjungan yang didapat juga dapat memberikan jawaban darimana pengunjung mengetahui Pulau Umang, misalnya dari alat promosi televisi atau *magazine*. Dan data kunjungan tersebut yang diterima pun dapat menentukan *forecast* untuk target kunjungan berikutnya sehingga manajemen dapat mengetahui jumlah biaya promosi untuk tahun depan.

2. Gambaran mengenai peningkatan citra (*image*) di Pulau Umang Resort diukur melalui 3 buah indikator yang teruji yaitu; *Personality* (personal), *Reputation* (reputasi) dan *Value* (nilai). Berdasarkan analisis data yang telah diolah dan ditemukan bahwa citra (*image*) berada pada kategori baik dan akan membawa implikasi yang positif terhadap perkembangan kinerja manajemen promosi di Pulau Umang Resort.
3. Berdasarkan hasil perhitungan melalui analisis regresi dan uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh kuat terhadap peningkatan citra di Pulau Umang Resort. Pengaruh yang sangat rendah dari variabel promosi terhadap variabel citra (*image*), diakibatkan oleh adanya indikator lain yang jauh lebih berpengaruh kepada peningkatan citra di Pulau Umang, seperti dalam koefisien regresi yang terhitung melalui program SPSS 13.0 itu bernilai 0.291, dimana hasil tersebut terbilang sangat rendah.

B. Rekomendasi

Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, maka saran yang direkomendasikan dari peneliti agar Pulau Umang Resort dapat meningkatkan citra dari hotel resort ini baik melalui promosi yang harus lebih ditingkatkan lagi serta kekurangan lain yang masih banyak perlu

diperbaiki dan harus dikembangkan lagi seperti perbaikan fasilitas-fasilitas yang sudah lama tidak dipergunakan atau yang sudah rusak. *Me-refresh* promosi dengan mengadakan event-event yang benar-benar menarik pengunjung agar dapat menjadi pelanggan. Pulau Umang Resort juga diharapkan mampu memanfaatkan keadaan dimana, saat ini cukup banyak sekali alat promosi yang dapat digunakan Pulau Umang agar mampu bersaing dengan resort hotel lain dan lebih dikenal lagi guna meningkatkan citra (*image*) dari Pulau Umang Resort itu sendiri.

2. Menurut pengujian hasil data yang telah diteliti, elemen citra akan meningkat berdasarkan salah satunya oleh aspek promosi. Dalam meningkatkan citra ditunjang pula oleh berbagai peningkatan aspek lain yang justru berpengaruh besar terhadap peningkatan citra di Pulau Umang Resort. Seperti penyediaan barang dan fasilitas yang yang baik atau peningkatan kreatifitas dalam melakukan promosi di pulau ini. Manajemen harus lebih meningkatkan *Personality* (personal); peningkatan kinerja *marketing department* dan peningkatan jiwa *Social, Corporate and responsibility*(CRS). Mampu mempertahankan *Reputation* yang telah ada yaitu dengan memberikan kontribusi yang baik kepada karyawan dan masyarakat sekitar. Dan terakhir adalah dapat menghasilkan *Value* atau nilai dimana lebih mendahulukan kepuasan para pengunjung.

3. Berdasarkan pengolahan hasil data yang telah diuji, peneliti merekomendasikan agar promosi di Pulau Umang Resort dapat lebih ditingkatkan lagi. Baik dari kegiatan-kegiatan promosi yang dijalankan maupun perencanaan promosi kedepannya agar kegiatan promosi dapat memberikan andil lebih besar terhadap peningkatan citra yang akan diterima Pulau Umang Resort itu sendiri. Meskipun kegiatan promosi tidak memiliki peranan besar, seperti dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu promosi berpengaruh “sangat rendah”, maka hasil dari penelitian ini merupakan salah satu langkah untuk memperbaiki manajemen agar meningkatkan *image* misalnya dengan lebih meningkatkan lagi faktor lain yang menunjang peningkatan citra di Pulau Umang yaitu salah satunya dengan mengembangkan atraksi dan fasilitas yang ada, memperbaiki aksesibilitas dan infrastruktur, serta meningkatkan keramah-tamahan terhadap pengunjung maupun calon pengunjung.