

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *Public relations* di Hotel Grand Aquila Bandung terdiri dari *Special event*, *news* dan *public service activities*. Secara umum pengunjung memiliki penilaian baik terhadap program ini. Program *public relations* yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap pembentukan citra adalah dimensi *Special event*.
2. Deskripsi citra perusahaan yang dijelaskan tamu Hotel Grand Aquila melalui indikator-indikatornya yaitu *reputation*, *credibility*, *service quality*, *extension quality*, dan *fit*. Melalui hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa skor yang paling besar dalam citra perusahaan diperoleh dari *service quality*. Melalui *service quality*, dapat diketahui kesesuaian yang diharapkan oleh tamu dengan pelayanan yang diberikan Hotel Grand Aquila. Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang menginap di Hotel Grand Aquila merasa puas atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Hotel Grand Aquila. Sedangkan skor terkecil pada citra perusahaan diperoleh dari *reputation*. *Reputation* menggambarkan kestabilan dan kesuksesan Hotel Grand Aquila. Dapat ditarik kesimpulan bahwa walaupun tamu-tamu yang menginap di Hotel Grand Aquila merasa puas atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan, tetapi

mereka masih meragukan stabilitas Hotel Grand Aquila untuk masa yang akan datang.

3. Program *public relations* memiliki pengaruh tinggi terhadap pembentukan citra perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa program *public relations* yang dilakukan oleh manajemen Hotel Grand Aquila Bandung melalui *special events*, *news*, dan *public service activities* mampu mempengaruhi pembentukan citra Hotel Grand Aquila.

## 5.2 Rekomendasi

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

1. Pelaksanaan kegiatan *public relations* sebaiknya lebih mengoptimalkan seluruh dimensi yang terasuk di dalamnya. Dalam hal ini, kegiatan-kegiatan yang termasuk ke dalam *special events*, *news*, *public service activities* harus bisa dikembangkan lebih menarik. Dengan begitu, para tamu akan lebih mengenal dan tertarik untuk menginap di Hotel Grand Aquila Bandung.
2. Pembentukan citra perusahaan Hotel Grand Aquila Bandung secara keseluruhan memang dipengaruhi oleh kegiatan *public relations*. Tetapi, jika dilaksanakan secara parsial, ada salah satu dimensi yang kurang berpengaruh signifikan terhadap pembentukan citra tersebut, yaitu dalam pelaksanaan *sponsorship*. Dalam hal ini, pelaksanaan *sponsorship* kurang memberikan kontribusi yang cukup dalam pembentukan citra perusahaan Hotel Grand Aquila Bandung. Hotel grand Aquila Bandung perlu memperbaiki dan

meningkatkan pelaksanaan *sponsorship* agar citra perusahaan dapat tercipta semakin baik.

3. Dari hasil penelitian ini, secara keseluruhan apabila kegiatan *public relations* dilaksanakan akan berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan citra Hotel Grand Aquila Bandung. Tetapi pihak manajemen Hotel Grand Aquila Bandung harus tetap mempertahankan dan mengembangkan kegiatan-kegiatan *public relations* agar tetap bisa menjalin hubungan baik dengan pihak lain terutama tamu hotelnya. Dengan terbinanya hubungan baik tersebut maka akan membentuk citra Hotel Grand Aquila Bandung semakin baik di mata publik.
4. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Hotel Grand Aquila, para peneliti dapat mengangkat masalah mengenai program-program pengembangan bagian *back office* lain yang masih kurang terlihat.