

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif antara pengaruh program promosi yang dilakukan oleh Aston Tropicana Hotel & Plaza terhadap keputusan menginap, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Program promosi yang dilakukan oleh departemen *sales & marketing* Aston Tropicana Hotel & Plaza meliputi *advertising, public relation, direct marketing, exhibition, sales promotion* dan *personal selling*. Secara keseluruhan, tamu Aston Tropicana Hotel & Plaza memiliki penilaian yang baik terhadap program promosi. Program promosi yang memiliki penilaian kinerja dan pengaruh tertinggi terhadap keputusan menginap adalah *personal selling*. Hal ini dikarenakan Aston Tropicana Hotel & Plaza melakukan pemilihan yang tepat dalam menentukan *sales* yang ditunjuk untuk menawarkan produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada tamu.
2. Penilaian keputusan menginap yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pemesanan kamar, pemilihan waktu menginap, dan metode pembayaran. Dilihat dari berbagai kelebihan dalam produk yang menjadikannya menarik, merek yang membuatnya dikenal dan disukai, berbagai kemudahan dan fleksibilitas untuk pemesanan kamar, penyesuaian waktu, pembayaran yang ada dan diaplikasikan di Aston Tropicana Hotel & Plaza. Pemilihan merek mendapatkan skor yang tinggi dibandingkan dengan pemilihan waktu menginap mendapatkan skor terendah.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan program promosi yang terdiri dari *advertising*, *public relation*, *direct marketing*, *exhibition*, *sales promotion* dan *personal selling* memiliki pengaruh positif yang tinggi terhadap keputusan menginap di Aston Tropicana Hotel & Plaza, baik itu secara simultan maupun parsial.

## 5.2 Rekomendasi

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

1. Program promosi terbukti dapat mempengaruhi keputusan menginap, Dalam hal *advertising* harus lebih semenarik mungkin, baik dalam kreatifitas iklanya maupun waktu dan tempat yang tepat., dalam *public relations* sebaiknya pihak hotel menambah intensitas dikelurkannya *news*, pada *direct marketing* agar koneksi internetnya lebih dipercepat, dan pada *exhibition* lebih banyak mengikuti pameran-pameran supaya Aston Tropicana Hotel & Plaza dapat terus meningkatkan tamu yang menginap. Sementara pada *sales promotion* dan *personal selling* pihak hotel sudah menjalankannya dengan baik.
2. Secara keseluruhan keputusan menginap tamu paling besar dipengaruhi oleh pemilihan merek. Oleh karena itu, Aston Tropicana Hotel & Plaza harus menjaga agar mereknya selalu diingat oleh tamu dengan cara bekerja sama dengan seluruh hotel Aston agar memberikan pelayanan yang terbaik dengan sepenuh hati yang nantinya membuat tamu berkeinginan untuk menginap kembali. Di samping itu Kualitas produk mulai dari fasilitas, kebersihan, kenyamanan, keamanan dan sebagainya haruslah selalu terkontrol dengan baik sehingga berjalan dengan lancar dan dapat

memberikan kepuasan kepada tamu dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

3. Dari hasil penelitian ini, pelaksanaan program promosi yang dilakukan departemen *sales & marketing* Aston Tropicana Hotel & Plaza mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap tamu , oleh karena itu, secara keseluruhan perusahaan harus mempertahankan bahkan mengembangkan program promosi sebagai suatu strategi pemasaran, meningkatkan kesadaran para tamu akan produk dan pelayanan dalam sebuah hotel dan meningkatkan jumlah pembelian kamar Aston Tropicana Hotel & Plaza. Perusahaan dapat pula melakukan riset mengenai sejauh mana tingkat penilaian tamu mengenai kualitas produk, merek, dan pelayanan Aston Tropicana Hotel & Plaza sehingga hasilnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang program pemasaran.
4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada tamu *bussines* dan individu saja. Sebagai bahan rekomendasi bagi para penelliti selanjutnya dalam keputusan menginap tamu di Aston Tropicana Hotel & Plaza, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup tamu yang pernah menginap di Aston Tropicana Hotel & Plaza, tidak terbatas hanya pada tamu *bussines* dan individu saja.