

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang disebutkan di bab V, kita dapat membuat kesimpulan tentang apa yang dapat kita lakukan tentang penelitian ini dan apa yang dapat kita lakukan lebih baik lagi. Selain itu, saran yang diberikan digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang atau perbaikan pada penelitian ini.

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel Neo by Aston dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pada hotel Neo by Aston sangatlah penting menyusun, membuat dan merancang strategi komunikasi pemasaran agar konsumen maupun calon konsumen mendapat pengalaman yang baik dan akan tetap setia menjadi langganan di hotel tersebut diantaranya : pertama *Product* (Produk) dengan adanya produk hotel Neo by Aston yang ditawarkan adalah produk kamar dari empat tipe kamar yang terdiri dari superior, deluxe, deluxe balcony, dan junior suite tersebut memiliki fasilitas yang terdiri dari AC, Pembuat kopi / *the*Minibar, Televisi, *Desk*Brankas dalam kamar, *Blackout drapes / curtains*. sehingga produk yang ada di kamar hotel Neo menjadi salah satu strategi untuk menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel. Kedua price (Harga) yang

berbeda-beda dari keempat tipe kamar tersebut mulai dari *superior* 425, *deluxe* 530, *deluxe balcony* 575 dan *junior suite* 711.

sehingga dari masing-masing harga tersebut ada yang harga paling rendah sampai pada harga yang paling mahal, karena adanya persaingan harga maka dibutuhkan strategi harga, sehingga pengunjung dapat memilih karena harga yang sesuai kebutuhan dan terjangkau, dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Ketiga *Place* (Tempat) menjadikan salah satu strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung karena dengan pembagian kamar secara acak atau random setiap tipe kamar mulai dari *Superior*, *Deluxe*, *Deluxe balcony*, *Junior Suite*, merupakan strategi hotel Neo by Aston karena menyesuaikan kebutuhan tamu-tamu yang ingin request, maka strategi dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel meningkat karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dan keempat *promotion* (promosi), strategi komunikasi pemasaran pada promosi di perlukan karena dengan adanya promosi dapat meningkatkan jumlah pengunjung kamar hotel Neo dalam mempromosikan hotel Neo tidak hanya mempromosikan lewat media sosial, dan *E-commerce* jadi penjualan melalui online, ada beberapa platform kurang lebih yang digunakan hotel Neo yaitu *agoda*, *traveloka*, *booking.com*, *pegi-peg*, *tiket.com* dan lain-lain. . Dalam industri perhotelan, komunikasi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan eksistensi dan citra pelanggan. Hotel akan kalah dengan pesaing yang semakin berkembang tanpa strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Sebuah hotel

harus memberikan pelayanan yang baik agar setiap pelanggan memiliki kesan yang baik selama menginap di sana.

## **6.2. Saran**

Ada pun saran yang ditawarkan peneliti :

1. Bagi hotel Neo by Aston untuk perbaikan dan pembangunan kamar dan beberapa fasilitas baru yang lebih modern yang bertujuan agar konsumen merasa puas dengan menambah Dengan fasilitas dan pelayanan yang maksimal maka konsumen dengan sendirinya akan meningkat. fasilitas dan pelayanan yang diberikan.
2. Bagi Peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang hotel agar meneliti tidak hanya melihat dari jenis kamarsaja tetapi juga melihat dari pelayanandalam kepuasan pelanggan.