# BAB V
# SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penyusunan skripsi dari bab pendahuluan sampai dengan pembahasan, maka pada bab ini penulis menarik kesimpulan. Selain itu penulis memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan dimasa yang akan datang. Adapun kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut.

## 5.1 Kesimpulan

1. Hotel Grand Pasundan Bandung dalam memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan dan untuk menjaga pelanggan adalah dengan melaksanakan dua jenis kegiatan *Public Relation* yaitu *Internal Public Relation* dan *Eksternal Public Relation*.
   a. *Internal Public Relation*

      Bertujuan untuk mempererat rasa persaudaraan diantara karyawannya serta untuk menunjukkan adanya perhatian perusahaan terhadap karyawannya sehingga akan terciptanya *image* perusahaan yang baik dimata masyarakat.
   b. *Ekternal Public Relation*
      1) Publikasi (*Publicity*), melalui:
         a. *News paper*; mempublikasikan informasi-informasi perusahaan akan produknya..
         b. *Online news update*, secara rutin mengupdate informasi pada *front page website* Hotel Grand Pasundan Bandung serta meng e-mail kepada setiap konsumen yang menjadi pelanggan.
      2) *Special Event*, seperti acara 17 Agustusan dan acara di tahun baru. Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka menanamkan citra dan memperkenalkan produknya. Seperti layanan fasilitas kamar, fitnes, menu makanan baru.
      3) *Sponsorship*, kerjasama dengan perusahaan lain seperti Telkomsel, Tiga Roda dan lain-lain seperti kegiatan-kegiatan rutin daerah lainnya pada setiap tahun.

4) Aktivitas Pelayanan Masyarakat, untuk mempertahankan dan meningatkan citra perusahaan dimata masyarakat.

2. Pengaruh *public relation* dalam meningkatkan penjualan kamar pada Hotel Grand Pasundan Bandung berdasarkan nilai koefisien regresi dari kegiatan publik relation sebesar 1267,118 yang artinya bahwa setiap kenaikan 1 kali kegiatan public relation maka akan menaikkan nilai penjualan kamar senilai 2,765 kali. Nilai koefisien korelasi (r) = 0,071 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara biaya *public relation* dengan penjualan kamar, dikatakan positif karena pada umumnya kenaikkan atau penurunan kegiatan public relation mengakibatkan kenaikkan atau penurunan penjualan pada Hotel Grand Pasundan Bandung dan menunjukkan hubungan yang sangat rendah karena terletak antara 0,00 - 0,199. Pengaruh kegiatan public relation terhadap penjualan kamar di Hotel Grand Pasundan Bandung adalah 5% sedangkan sisanya sebesar 95% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil perhitungan t-test diperoleh t-hitung sebesar 0,123 ini berarti nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel 2.353, dengan demikian hipotesis yang dikemukakan yaitu ”Jika kegiatan public relation lebih ditingkatkan maka hasil penjualan juga akan meningkat” ditolak. Hal ini karena kegiatan *public relation* tidak sesuai dengan segmen hotel Grand Pasundan seperti program promo Ramadhan, Pemilihan Putra-Putri Wisata Jawa Barat atau Program tahun baru yang sasarannya tidak secara khusus mengundang tamu untuk menginap. Kedua. tugas utama dari *public relation* adalah meningkatkan dan menjaga citra perusahaan, dengan demikian *public relation* tidak berperan penuh dalam penjualan kamar hotel di Grand Pasundan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, penulis memberikan saran yang bermanfaat bagi perusahaan, adapun saran tersebut adalah :

1. Fungsi Public relation telah berjalan dengan baik yakni dengan menjaga dan meningkatkan citra perusahaan, akan tetapi akan lebih baik lagi apabila Public relation memiliki peran juga dalam meningkatkan penjualan kamar.

2. Hotel Grand Pasundan sebaiknya memperkenalkan produk yang ditawarkan dengan meningkatkan kembali frekuensi kegiatan promosi selain dari media advertising dan mencoba penggunaan media televisi yang selama ini jarang dilakukan, karena media ini dinilai sangat efektif dalam hal promosi kepada masyarakat luas. Memang dibutuhkan biaya yang lebih besar untuk melakukan kegiatan promosi melalui media ini. Untuk itu disarankan hanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu saja, seperti pada saat acara-acara khusus. Dengan demikian diharapkan volume penjualan akan meningkat.