

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penerapan *marketing mix* oleh pengelola sudah baik dan memenuhi semua 7 komponen. Proses upaya pemasaran yang dikerahkan oleh pengelola serta pihak ketiga yaitu melalui berbagai media baik itu internet dan beberapa aplikasi pemesanan hotel seperti Traveloka.com, Agoda.com, PegiPegi.com, Booking.com, Tiket.com dan sebagainya dimana pengelola menjadi mitra aplikasi untuk pengadaan jasa penginapan.

Menentukan prioritas *marketing mix* untuk kepuasan konsumen di penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut dengan tingkat inkonsistensi 0,01 perhitungan nilai bobot kombinasi dari total responden berjumlah 5 orang para ahli menunjukkan bahwa kriteria proses menempati prioritas pertama dengan nilai bobot 0,193, sedangkan kriteria harga menempati prioritas kedua dengan nilai bobot 0,180, kemudian kriteria bukti fisik menempati prioritas ketiga dengan nilai bobot 0,166, lalu kriteria orang-orang memiliki nilai bobot 0,165, promosi memiliki nilai bobot 0,103, produk memiliki nilai bobot 0,098 dan tempat memiliki nilai bobot 0,096 masing-masing berurutan menempati posisi 4, 5, 6 dan 7.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan di atas, penulis menyarankan kepada pihak perusahaan yaitu:

1. Upaya perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen yang berkunjung sebaiknya presentasikan dalam bentuk penawaran yang memenuhi 7 elemen *marketing mix* dan memperhatikan urutan prioritas dari 7 komponen *marketing mix* di atas. Penawaran yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi yang persepsikan sebelumnya oleh pengunjung tidak boleh berbeda antara yang dipromosikan dengan kenyataan sebenarnya untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Seorang pelanggan secara tidak langsung memberikan informasi yang baik tentang perusahaan sekaligus promosi melalui pembicaraan *testimoni* konsumen ke konsumen yang lain.
2. Penanggulangan pengunjung yang kecewa ialah dengan tindakan pertama senantiasa meminta maaf, kedua menjelaskan kondisi yang sebenarnya terjadi dan dipastikan tidak akan terjadi dimasa yang akan datang, bila perlu berikan *voucher* atau mengundangnya kembali untuk menginap secara gratis. Apabila kamarnya tidak sesuai maka kita akan meng-*upgrade* tipe kamarnya dengan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketiga ketika konsumen mengeluh di kolom komentar aplikasi pemesanan hotel maka mengontak pengunjung secara langsung melalui telephone, media *chatting* Whatsapp, atau media komunikasi lainnya lalu sampaikan permohonan maaf dan sesuai urutan diatas, kemudian apabila ada pengunjung yang berulang tahun usahakan mengirim ucapan selamat untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan.