

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berbicara mengenai Minat hal tersebut memang tidak akan pernah lepas dari kegiatan promosi, hampir seluruh masyarakat menginginkan promosi dengan sebaik-baiknya, banyaknya lembaga atau perusahaan dalam bidang jasa khususnya jasa penginapan/hotel, mereka berlomba-lomba untuk mencari cara untuk dapat menarik minat konsumen dengan kegiatan promosi kepada calon konsumen maupun para konsumen, namun mengingat hal tersebut tentu tidak mudah dalam melaksanakan promosi sesuai yang diharapkan kecuali dengan adanya dukungan dari kinerja humas itu sendiri, bagaimana suatu promosi berjalan dengan lancar dan baik. Pada penelitian ini penulis meneliti mengenai bagaimana hubungan antara kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, kesimpulan dalam bab ini berdasarkan data dari penelitian yang telah diperoleh dari Hotel Endah Parahyangan melalui observasi, angket, wawancara dan kepustakaan yang berisikan mengenai hasil dari identifikasi serta tujuan penelitian yang telah dibuat pada bab 1 sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini menurut hasil dari perhitungan statistik pertama adalah dengan menguji validitas dan reabilitas terlebih dahulu, menguji validitas yakni untuk menunjukkan apakah pernyataan dari kuesioner telah dinyatakan valid serta untuk menjamin data yang diperoleh itu

benar-benar mengukur atau memberikan informasi tentang variabel yang hendak diukur maka, hasil dari korelasi dari variabel X (Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan) menunjukkan bahwa hasilnya adalah Valid begitupun hasil perhitungan korelasi dari pernyataan pada variabel Y (Minat Konsumen) menunjukkan bahwa hasilnya adalah Valid.

Setelah melakukan uji validitas lalu dilakukan uji reabilitas, uji reabilitas digunakan untuk mengukur keandalan dari kuesioner, maka hasil dari reabilitas penelitian ini dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan hasilnya menunjukkan bahwa antara variabel X (Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan) Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0.881 artinya kuesioner dalam penelitian ini layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 88%. Dengan nilai reliabilitas 0.881 maka dalam penelitian ini termasuk dalam reliabilitas yang tinggi. Sedangkan untuk variabel Y (Minat Konsumen) Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0.750 artinya kuesioner tersebut atau kuesioner dalam penelitian ini telah layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 75%. Dengan nilai reliabilitas 0,750 maka termasuk reliabilitas yang tinggi.

Setelah melakukan uji validitas dan reabilitas, lalu melakukan uji korelasi dengan menggunakan rumus *Spearman's rho*, hubungan secara keseluruhan mengenai hubungan antara kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen maka hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi $0.000 < \alpha 0.05$ maka tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan antara kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen, untuk hasil korelasinya seluruh dari penelitian ini adalah positif atau dengan tanda (+) atau searah yaitu jika kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan naik maka minat konsumen akan naik begitupun sebaliknya jika kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan turun maka minat konsumen akan turun. Agar penelitian dapat lebih terperinci maka penulis membagi dalam beberapa bagian yaitu:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan (*Advertising*) Humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan (*Personal Selling*) Humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan (*Sales Promotion*) Humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan (*Merchandising*) Humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.
5. Terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kegiatan (*Public Relations*) Humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen.

Maka penulis mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara kegiatan promosi humas Hotel Endah Parahyangan dengan minat konsumen, antara lain konsumen disini adalah konsumen dari Hotel Endah Parahyangan terhitung sejak bulan Januari hingga Maret 2014, maka kegiatan promosi humas dalam memberikan promosi untuk dapat menarik minat konsumen yaitu dengan cara:

1. Hotel Endah Parahyangan memperhatikan pengemasan pesan promosi kepada konsumen.
2. Hotel Endah parahyangan memberikan informasi baik secara lisan, bertatap muka atau melalui *tellemarketing*/via telephone maupun memberikan informasi melalui media-media seperti flyer, brosur, pamflet, koran dan lain sebagainya secara jelas mengenai seluruh promosi yang ada dari berbagai fasilitas yang diberikan dalam hotel tersebut.
3. Hotel Endah parahyangan memberikan *tour guide* singkat untuk mengenalkan fasilitas dan promosi terhadap konsumen.
4. Hotel Endah Parahyangan memberikan undian dan hadiah untuk tetap menarik minat konsumen.
5. Memberikan fasilitas yang terbaik untuk mendukung terlaksananya promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengajukan saran, baik secara teoritis maupun praktis, yang kesemuanya mengacu pada saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Maka saran yang penulis kemukakan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Bagi Mahasiswa Pembaca

Khusus bagi mahasiswa yang mengambil jurusan *Public Relations* agar lebih memahami mengenai kegiatan promosi bidang perhotelan. Bidang ini masih banyak yang harus dibantu dan tidak menutup kemungkinan untuk terjun ke dunia kerja di bidang perhotelan ini menjadi sebuah profesi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan awal untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang kegiatan promosi di bidang perhotelan, sehingga minat konsumen dan tingkat kepuasannya menjadi lebih baik.

5.2.2 Saran Praktis

1. Kegiatan promosi Hotel Endah Parahyangan diharapkan dapat atau mampu untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan penyebaran informasi serta promosi, tidak hanya dilakukan di media cetak saja, tetapi media lainnya seperti elektronik, televisi, radio atau media internet seperti *twitter*, *path*, *instagram* yang sedang trend saat ini dan membuat blog khusus tentang Hotel Endah Parahyangan demi meningkatkan minat konsumen di era modernisasi saat ini.
2. Untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan minat konsumen, salah satunya adalah dengan melakukan promosi yang lebih sering,

mengingat banyaknya hotel baru yang semakin bermunculan dan menjamur di Kota Bandung, pembenahan pada manajemen agar setiap departemen bisa saling bekerja sama dengan baik, fasilitas hotel yang harus diperbaiki dan diperbaharui serta tingkatkan kualitas dan harga yang mampu bersaing dengan hotel lain yang memiliki keunggulan masing-masing.

