BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahanan mengenai strategi komunikasi pemasaran di The Arista Hotel Palembang, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan pada The Arista Hotel Palembang mengacu kepada teori Kotler dan Amstrong yaitu menggunakan 5 bauran promosi. 5 bauran promosi tersebut meliputi Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Selling Promotion*), Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relations and Publicity*), Pernjualan Personal (*Personal Selling*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Adapun hasil yang penulis peroleh:

1. Periklanan (*Advertising*) berdasarkan jangkauannya yaitu eksternal dan internal. Media periklanan (*advertising*) eksternal meliputi surat kabar, website resmi, sosial media (facebook dan instagram), dan radio. Sedangkan media internal meliputi media cetak (berupa brosur, poster, tendcard) dan media digital berupa *digital signage display* (DSD).
2. Pada media promosi penjualan (*selling promotion*), The Arista Hotel Palembang menggunakan voucher berupa voucher *breakfast, lunch/dinner,* voucher kamar, voucher renang, serta potongan harga menggunakan kartu kredit/debit bank tertentu.
3. Media hubungan masyarakat dan publisitas (*public relations and publicity*) yang digunakan The Arista Hotel Palembang adalah kemampuan dari pihak *Public Relations* (PR) dalam menciptakan citra baik perusahaan, dan alat yang digunakan oleh PR adalah sosial media. Pemasaran produk menggunakan sosial media facebook dan instagram The Arista Hotel Palembang dirancang dan dipublikasikan oleh PR.
4. Dalam Penjualan Personal, *Sales Call* merupakan media yang digunakan The Arista Hotel Palembang.

5. Email dan *telemarketing* melalui media *chatting* whatsapp pada smartphone merupakan media komunikasi pemasaran langsung yang digunakan oleh The Arista Hotel Palembang.

5.2 Saran

Penggunaan strategi komunikasi pemasaran pada The Arista Hotel Palembang dapat dikatakan baik. Seiring berkembangnya ilmu pemasaran dan kemajuan teknologi, saat ini perusahaan harus memadukan tiap-tiap media komunikasi pemasaran tersebut secara keseluruhan supaya dapat efektif mengkomunikasikan pesan dan *positioning* strategis yang konsisten terhadap konsumen.

Supaya media komunikasi pemasaran yang digunakan The Arista Hotel Palembang efektif dan menjangkau pangsa pasar yang luas, penulis memberikan saran kepada The Arista Hotel Palembang yaitu:

1. Menambah bahasa yang dapat digunakan pada website The Arista Hotel Palembang supaya efektif dijangkau oleh pengguna internet yang mengakses yaitu bahasa Indonesia.
2. Sebaiknya The Arista Hotel Palembang mencantumkan harga produk mulai dari kamar (*room*), restoran (*food & beverage*), *meeting package*, *wedding package*, *birthday package*, *wellness package* serta promosi produk, baik di website maupun di sosial media, sehingga konsumen tidak harus menghubungi kontak yang tertera terlebih dahulu.
3. Penggunaan 5 media komunikasi pemasaran yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publikasi, penjualan personal, serta pemasaran langsung harus dikembangkan seiring perkembangan teknologi supaya dapat digunakan untuk jangka panjang.