

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai *Three Ways Strategy Marketing Public Relations* (MPR) dalam meningkatkan loyalitas konsumen dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. MPR Hotel Primebiz Cikarang menerapkan *pull strategy* dengan menggunakan strategi promosi berupa paket promo. Kedua, memberikan pelayanan dengan mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan penghargaan dan responsif terhadap saran dan kritik. Hal ini memberikan efek kepada konsumen dengan menarik perhatian.
- b. MPR Hotel Primebiz Cikarang menerapkan *push strategy* dengan melakukan kerjasama media massa. Kedua, aktif dalam penggunaan media *online* yaitu media sosial dan *website*. Ketiga, memanfaatkan media cetak berupa *flyer* dan *banner* sebagai bentuk strategi promosi yang efektif. Keempat, bekerja sama dengan beberapa *online travel agent* (OTA). Hal ini dapat memberikan efek pada peningkatan pendapatan pada hotel serta adanya peningkatan tingkat pemesanan ketika konsumen mengetahui apa saja penawaran yang diberikan oleh hotel.
- c. MPR Hotel Primebiz Cikarang menerapkan *pass strategy* dengan memberikan layanan antar jemput bandara dan aktif dalam kegiatan sosial untuk menjaga citra baik dan memperoleh kepercayaan masyarakat. Hal ini memberikan efek kepada konsumen yaitu menciptakan opini publik yang positif terhadap PBC.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti antara lain:

a. Bagi Hotel Primebiz Cikarang

1. Sebaiknya *Departemen Sales and Marketing* Hotel Primebiz Cikarang memperkuat strategi media sosial agar lebih aktif dan kreatif yang telah ada agar mampu menaikkan intensitas kedekatan dengan para konsumen.
2. Pihak hotel harus bertindak lebih cepat dan peka, bisa menanggapi ataupun kritik dari para konsumen di *Website Online Travel Agent* (OTA) karena secara tidak langsung akan berdampak negatif bagi hotel.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi dapat meningkatkan studi serta buku-buku rujukan tentang *marketing public relations* (MPR) di perpustakaan khususnya pada program studi Ilmu Komunikasi mengingat pentingnya hal tersebut dalam ranah komunikasi terutama pada bidang industri.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dapat digunakan secara umum dan luas. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk bisa memperdalam lagi pembahasan terkait, khususnya *marketing public relations*.