

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terkait strategi komunikasi pemasaran Hotel AP Premier Batam dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat pada masyarakat kota Batam dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam rangka memperluas dampak pemasaran setelah melakukan perubahan merek, Hotel AP Premier menekankan bentuk-bentuk komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan merek baru dengan melibatkan tim penjualan yang dibagi menjadi *segmen Leisure, Government, dan Corporate*. Sales melakukan beragam kegiatan pemasaran seperti *sales call, telemarketing, dan sales trip* sesuai dengan segmen target. Hotel juga menjalankan kemitraan *online* dan *offline* dengan platform seperti *Instagram, Facebook, dan TikTok*, serta agen perjalanan online. Fokus utama komunikasi pemasaran adalah membangun hubungan kuat dengan klien untuk memudahkan penerimaan bisnis, didukung oleh perjanjian korporat. Tim markom aktif membagikan informasi tentang kegiatan hotel, promosi, acara, dan rencana masa depan melalui media sosial.
2. Hotel AP Premier menggunakan pola komunikasi cermat melalui platform media sosial untuk menjaga reputasi dan meningkatkan layanan. Staf secara aktif memantau dan merespons komentar pengguna, serta memantau ulasan di platform OTA seperti *TripAdvisor* dan *Traveloka*. Evaluasi rutin

dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan, sementara penggunaan aplikasi khusus membantu mengukur tingkat keterlibatan pengguna. Hotel juga membagikan pesan-pesan penting melalui media sosial dan *WhatsApp*, serta memfokuskan kata kunci tertentu untuk meningkatkan visibilitas mereka di platform tersebut..

3. Hotel AP Premier menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang menekankan nilai-nilai inti seperti keberlanjutan, keamanan, dan kepuasan pelanggan. Mereka memastikan kesan positif kepada tamu dengan menjaga komentar positif dan memberikan layanan khusus seperti dekorasi kamar untuk ulang tahun. Hotel menegaskan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dengan mempersiapkan setiap detail acara dengan baik dan memperhatikan transparansi dalam proses *check-in* dan *check-out*. Melalui pesan pemasaran, hotel menyampaikan nilai-nilai inti dan komitmennya kepada masyarakat, merespons cepat umpan balik pelanggan, dan menjaga keamanan acara dengan penempatan CCTV dan sesi *safety briefing*. Mereka juga mengundang tamu untuk memberikan ulasan dan melakukan kunjungan penjualan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan serta menilai keamanan staf dari perusahaan-perusahaan eksternal.

## 5.2. Saran

Dari hasil pengumpulan data dan analisis dalam penelitian ini, berikut beberapa saran penelitian:

1. Implementasi inovasi berkelanjutan dalam layanan dan produk hotel dapat menjadi strategi tambahan untuk memperkuat citra merek. Memberikan pengalaman positif kepada tamu akan meningkatkan loyalitas dan rekomendasi.
2. Evaluasi terhadap strategi komunikasi yang diterapkan perlu dilakukan secara teratur. Memantau kinerja setiap kegiatan komunikasi akan membantu dalam mengidentifikasi keberhasilan dan kesempatan perbaikan.
3. Hotel AP Premier dapat mempertimbangkan eksplorasi media promosi alternatif seperti video promosi, *advertorial*, dan kerjasama dengan *influencer* untuk menghadirkan pendekatan kreatif dan menarik kepada masyarakat.
4. Penting untuk mempertahankan konsistensi identitas merek, termasuk logo, pesan, dan citra visual. Ini akan membantu menghindari kebingungan di kalangan masyarakat dan memperkuat kesan yang diinginkan.