

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Hotel Studio Yobel Kediri untuk meningkatkan jumlah pengunjung antara lain yaitu, pihak management hotel memanfaatkan media untuk menyampaikan strategi komunikasinya antara lain yaitu media sosial seperti akun facebook dari Hotel Studio Yobel dengan nama Hotel Studio Yobel, lalu ada akun Instagram dengan nama @hotelstudionyobel.

Dengan memanfaatkan media sosial seperti yang sudah dilakukan oleh pihak management hotel, maka semakin mudah pula untuk mereka bisa menyampaikan informasi-informasi terbaru terkait Hotel Studio Yobel Kediri. Selain itu menggunakan media sosial juga dapat memberikan informasi terkait promo-promo menarik atau harga spesial bagi para pengikut di sosial media.

Tak hanya itu, strategi lain yang digunakan oleh pihak management Hotel Studio Yobel adalah, memanfaatkan aplikasi WhatsApp. Pihak hotel merawat pengunjung yang sudah pernah *staycation* di Hotel Studio Yobel, dengan cara menghubungi mereka kembali secara pribadi menggunakan aplikasi WhatsApp, serta menawarkan harga spesial dan promo yang lebih menarik lagi, dan diharapkan agar pengunjung tertarik dan bisa kembali lagi menginap di Hotel Studio Yobel.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas maka penulis memiliki saran sebagai berikut :

- a. Perlu adanya penambahan dalam hal media beriklan, seperti penggunaan aplikasi *booking online* contohnya didaftarkan dalam aplikasi Travoloka, Tiket.com, Agoda dan lain-lain agar dapat memperluas dan mempermudah jangkauan pengunjung.
- b. Pihak Hotel Studio Yobel Kediri perlu memiliki staff atau tim marketing yang lebih mengerti terhadap dunia digital marketing, agar mereka dapat mengetahui pasar atau target yang dituju dan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Agar Hotel Studio Yobel Kediri dapat lebih berkembang dan dikenal masyarakat luas.