

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas bauran promosi terhadap kesadaran merek di perusahaan *Panorama Hospitality Management*, peneliti mendapat simpulan bahwa:

1. Perusahaan *Panorama Hospitality Management* rutin melakukan kegiatan promosi dalam meningkatkan kesadaran merek di kalangan masyarakat. Kegiatan promosi dilakukan setiap bulannya sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat di tahun sebelumnya. *Panorama Hospitality Management* menggunakan teknik promosi sesuai dengan teori bauran promosi yang diantaranya adalah periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, penjualan pribadi dan publisitas. Masing-masing dari teknik promosi tersebut digunakan semaksimal mungkin agar hasil yang didapat sesuai dengan yang diharapkan.
2. Teknik promosi yang digunakan sebagian besar sudah efektif terlihat dari respon dan antusias masyarakat yang cukup tinggi. Hal tersebut terwujud dari perencanaan yang matang, segmentasi pasar dan penyebaran yang tepat. Namun masih perlu ditingkatkan dengan melakukan evaluasi di setiap kegiatan yang sudah dilaksanakan agar dapat mengurangi dan memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kualitas menjadi lebih baik lagi.
3. Dari beberapa teknik promosi yang digunakan oleh perusahaan *Panorama Hospitality Management*, yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran merek adalah *advertising* (periklanan). Teknik periklanan secara khusus digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk/jasa yang sekaligus membangun identitas sebuah perusahaan di kalangan masyarakat luas. Media yang digunakan dalam kegiatan

periklanan juga beragam yaitu *offline*, *online* dan elektronik sehingga dapat menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan, dari anak muda hingga orang tua, individual atau kelompok, dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa saran antara lain:

1. Perlu dilakukannya penelitian terhadap perusahaan yang tidak menggunakan bauran promosi agar dapat menjadi sebuah perbandingan.
2. Perlu dilakukannya penelitian mengenai efektivitas teknik promosi di Indonesia terutama di industri perhotelan dan pariwisata.
3. Perlu dilakukannya penelitian yang lebih spesifik dan mendalam mengenai teknik *advertising* (periklanan).