

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi *food and beverage* melalui media sosial dalam meningkatkan minat kunjungan pasca pandemi di Hotel Gran Melia Jakarta.

Dimana responden dari penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yaitu terdiri dari para tamu ataupun orang – orang yang pernah berkunjung ke restoran di Hotel Gran Melia Jakarta.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Promosi memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap respon yang diberikan konsumen dalam strategi ini memberikan kemudahan untuk reservasi secara jarak jauh dan menghemat waktu bagi konsumen serta jarak yang dijangkau sangat luas. Serta target pasar yang tepat mempengaruhi keberhasilan atau mencapai tujuan perusahaan.
2. *Food and Beverage* dari segi makanan dan minuman sangat beragam dan menarik , mempunyai cita rasa yang khas dan konsisten banyak konsumen melakukan reservasi dikarenakan hal tersebut serta berbagai makanan yang beragam dan hanya dihotel tersebut yang menyediakan nya .

3. Media sosial sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu promosi dengan adanya media sosial memudahkan konsumen melihat apa saja yang sedang ditawarkan oleh hotel gran melia Jakarta.

Dengan adanya media sosial siapa saja bisa melihat sebagai sarana memikat konsumen dengan jangkauan luas dan menghemat waktu dan bisa dijadikan sarana untuk reservasi melalui online reservasi seperti Instagram dan whatsapp yang sudah tertera di *website/instagram* Hotel Gran Melia Jakarta

4. Minat tamu berdasarkan data diatas minat tamu untuk reservasi secara online maupun secara *offline* berpengaruh positif , dengan adanya promosi yang menarik meningkatkan minat tamu untuk berkunjung sangat antusias serta keterjangkaun harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan reservasi secara online sangat memudahkan konsumen untuk reservasi.



## 5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian mengenai STRATEGI PROMOSI *FOOD AND BEVERAGE* MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN *PASCA* PANDEMI DIHOTEL GRAN MELIA JAKARTA adalah sebagai berikut, Semoga bermanfaat bagi perusahaan pada khususnya bagi semua pihak berkepentingan pada umumnya :

1. Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen sehingga *Food and Beverage* atau resto di Hotel Gran Melia Jakarta dapat meningkatkan kreatifitas dan promo yang menarik untuk konsumen. Strategi promosi bisa dilakukan dengan diadakannya program yang dapat menarik minat pengunjung seperti memposting promosi di akun media sosial, melakukan promosi di seluruh channel promosi yang dimiliki seperti di situs web, Instagram dll. ataupun bisa melakukan Kerjasama dengan *influencer* makanan lokal supaya semakin menarik minat pengunjung.
2. *Food and Beverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap cita rasa dan beraneka ragam makan yang ditawarkan sangat berpengaruh positif konsumen sangat menikmati tawaran yang diberikan sehingga banyak konsumen yang selalu menjadi pengunjung setia resto di hotel gran melia Jakarta, untuk kualitas dan cita rasa agar dipertahankan agar konsumen tidak pindah hati untuk tetap memilih Hotel Gran Melia Jakarta memiliki kualitas dan serta pelayanan terbaik.

3. Media sosial sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan di media sosial pihak sales marketing menawarkan berbagai penawaran menarik dengan promosi melalui media sosial pihak perusahaan harus lebih aktif dan meningkatkan kualitas pelayanan serta kreatifitas dalam menawarkan produk disosial media. Terlibat dalam tren terkini seperti *Instagram Reels*, *Tiktok* dan penggunaan tagar di postingan akun media sosial juga dapat meningkatkan pengikut media sosial dan dapat menarik atensi penguuna media sosial sehingga dapat memunculkan keinginan untuk berkunjung. Perusahaan juga dapat membuat postingan promosi menarik di sosial media supaya dapat menarik minat untuk mengunjungi Gran Melia Jakarta.

4. Minat tamu setelah *pasca* pandemi tidak mempengaruhi dalam minat berkunjung meskipun kapasitas terbatas dan mematuhi protokol kesehatan yang dianjurkan Pemerintah dilakukan dengan tertib.

