

**Strategi Marketing Public Relations dalam
Menarik Minat Pelanggan
di Hotel Grand Elite Pekanbaru**

Triyani Merdeka Wati

Email : triyanimerdeka@gmail.com

Pembimbing : Dr. Welly Wirman,S.IP,M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNIVERSITAS RIAU

Kampus Bina Widya JL.H.R Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Hotel represent one of service industries providing facility of service activities namely the service accomodate, eat and drink, and also the other service. With the increasing development of four stars hotel in Pekanbaru, much less affected Grand Elite Hotel to build a strategy to attract costumer interest. The problem identification in this research is on how the Marketing Public Relations strategy using publication, events, information news, and public service activity to attract costumer interest in Grand Elite Hotel Pekanbaru. This research done by the qualitatif research method with the technique used in the data collection is deep interview, observation, and document used. After the data is collected, then followed by the process of taking note, typing, editing and qualitatif analysis still using words usually arranged into the expanded text. If the collected data is still less then the researcher will do the checking the validity of the data.

The result of research shows that the Marketing Public Relations strategy conducted by Grand Elite Hotel are publication events, informations news, and public service activity. In communicating it's product, Grand Elite Hotel mostly used the promotion. The promotion done by Grand Elite Hotel is using some kind of media. Media used by Grand Elite Hotel to attract costumer interest is printed media, electronic media, and internet media. Special for costumer that usually use the Grand Elite Hotel service, then Grand Elite Hotel will give special price and always build good emotional bond with its costumers. The obstacles that researcher found to attract costumer interest are 1). Internal factor: the lack of creavity in promotion, less strategic place, 2). External factor: consumers taste and competition. Researcher recommended that Marketing Public Relations strategy can go better in the future, thus require the Grand Elite Hotel to run all the Marketing Public Relations strategy with more constructed.

Key words: marketing public relations, interest, costumers

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, Indonesia dihadapkan pada ketatnya persaingan dalam bidang perekonomian khususnya dibidang perhotelan yang semakin terbuka dan bebas. Hal ini mendorong laju perputaran roda perekonomian yang semakin pesat. Pada prinsipnya hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Perkembangan bisnis perhotelan di kota Pekanbaru menyebabkan persaingan jasa hotel terutama dalam pemasaran. Setiap hotel harus mempunyai strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Melihat persaingan bisnis dalam bidang perhotelan ini membuat para pebisnis harus berpikir keras untuk memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan selalu loyal. Keadaan ini merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi para pengusaha perhotelan untuk memenangkan persaingan, semakin tinggi tingkat persaingan antara perusahaan perhotelan menyebabkan penyedia jasa perhotelan akan meningkatkan pelayanan serta fasilitas untuk menarik para pengguna jasa perhotelan dengan harga yang bervariasi. Keadaan ini merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi para pengusaha perhotelan untuk memenangkan persaingan, semakin tinggi tingkat persaingan antara perusahaan perhotelan menyebabkan penyedia jasa perhotelan akan meningkatkan pelayanan serta fasilitas untuk menarik para pengguna jasa perhotelan dengan harga yang bervariasi.

Hotel Grand Elite merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor perhotelan. Hotel Grand Elite adalah sebuah hotel berbintang empat yang mempunyai kapasitas sebanyak 145 kamar dengan berbagai fasilitas bertaraf internasional. Terletak di Komplek Riau Business Centre, Jalan Riau, Pekanbaru. Hotel ini merupakan satu-satunya hotel berbintang empat yang terletak di Jalan Riau. Letaknya yang berjarak dua kilometer dari pusat kota dan tersembunyi di dalam kawasan Komplek Riau Business Centre membuat pihak Hotel Grand Elite harus mampu bersaing dengan hotel-hotel yang berada di pusat kota. Sehingga Hotel Grand Elite harus memiliki strategi-strategi dalam menghadapi persaingan dibidang jasa perhotelan untuk dapat menarik minat khalayak sasarnya.

Dalam mempromosikan suatu hotel tidak terlepas dari peran *Marketing Public Relations* (MPR), mencakup berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan. Untuk itu seorang yang menjalankan peran MPR harus mampu menjalin hubungan yang konstruktif dengan pelanggan, masyarakat, instansi pemerintah, perusahaan-perusahaan swasta untuk mempromosikan jasa Hotel Grand Elite dengan fasilitas-fasilitas yang tersedia. Hotel Grand Elite tidak memiliki bagian *Public Relations*, namun kegiatan-kegiatan *Public Relations* dalam menyusun strategi *Marketing Public Relations* dilakukan oleh divisi *Marketing & Communication*.

Sesuai dengan gejala-gejala di atas maka dalam hal ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Marketing Public Relations dalam Menarik Minat Pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Bagaimana strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui strategi *Marketing Public Relations* dalam kegiatan publikasi untuk menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru.
2. Mengetahui peristiwa (*events*) apa saja yang menjadi strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru.
3. Mengetahui berita atau informasi apa saja yang menjadi strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru.
4. Mengetahui kegiatan pelayanan publik apa saja yang menjadi strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru.

Manfaat Penelitian :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis.
2. Bahan dan informasi bagi peneliti selanjutnya.
3. Masukan atau pertimbangan tentang strategi MPR di Hotel Grand Elite Pekanbaru.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti berusaha untuk

mengungkapkan fakta sesuai dengan kenyataan yang ada tanpa melakukan intervensi (tanpa ikut campur tangan) terhadap kondisi yang terjadi. Pada penelitian kualitatif dengan metode deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif (gambaran) dengan hubungan antara fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan manipulasi atau perubahan pada data, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Elite yang terletak di Komplek Riau Business Center, Jalan Riau, Pekanbaru.

3. Informan Penelitian

Adapun yang menjadi informan dari Hotel Grand Elite dalam penelitian ini sejumlah 4 orang, yaitu Ibu Henni Rasmonowati (*Sales & Marketing Manager*), Ibu Devita Ana (*Ass. Sales Manager*), Bapak Darda Prahara (*Senior Sales Executive*), dan Bapak Ridarta (*Sales Executive*). Dan pelanggan Hotel Grand Elite yang menjadi informan sejumlah 4 orang adalah Bapak Mulyadi (PT. Trakindo Utama), Bapak Anton Siahaan (PT. RAPP), dan Bapak Nur Akmal (Tamun Individu), dan Doni Hermasnyah (Tamun Individu). Pelanggan disini dibedakan menjadi tiga kriteria, yaitu pelanggan yang sudah berlangganan dengan Hotel Grand Elite selama bertahun-tahun, pelanggan yang baru beberapa bulan belakangan ini memakai jasa Hotel Grand Elite, dan pelanggan yang baru dua kali menginap di Hotel Grand Elite. Jadi jumlah informan penelitian secara keseluruhan adalah sebanyak 8 orang.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari hasil wawancara dengan informan maupun dari responden.

Sumber data (informan) dalam penelitian ini adalah *Manager Sales & Marketing* dan *Staff Sales Executive*, serta beberapa orang pelanggan. Adapun pengambilan informan dilakukan dengan memakai teknik *purposive sampling*.

b. Data Sekunder

Data-data sekunder yang dimaksud bersumber dari buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian serta sumber-sumber lainnya, seperti dokumentasi, arsip, dan data-data dari Hotel Grand Elite Pekanbaru.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalna mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti dengan pengamatan. Peneliti juga dapat menangkap arti fenomena dan dapat merasakan apa yang dirasakan oleh subjek peneliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang melakukan percakapan dengan maksud memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak berstruktur dan individual. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip, foto yang tersedia pada *interview* atau perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

d. Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari lapangan, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya. Setelah dibaca,

ditelaah, dan dipelajari, maka langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bagian ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana strategi *Marketing Public Relations (MPR)* dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru, serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan konsumen seperti kegiatan publikasi, peristiwa (*events*), berita, dan kegiatan layanan publik dalam menarik minat pelanggan di Hotel Grand Elite Pekanbaru.

1. Strategi Publikasi *MPR* di Hotel Grand Elite

Maksud dari publikasi disini adalah sejauh mana kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak Hotel Grand Elite untuk menjangkau dan mempengaruhi dan menarik minat pelanggan. Dapat disebut bahwa *Sales & Marketing* Hotel Grand Elite melakukan publikasinya melalui beberapa media. Pemilihan media bergantung pada tujuan yang akan dicapai dan pesan yang akan disampaikan. Seperti hasil wawancara dibawah ini :

“Untuk strategi publikasi, kami melakukannya melalui beberapa media, media-media tersebut antara lain surat kabar, brosur, *billboard*, *voucher discount*, dan *website*. Media ini digunakan untuk memberikan dan menyebarkan informasi tentang program Hotel Grand Elite kepada masyarakat/khalayak luas”
(Wawancara dengan Henni Rasmonowati,13 Oktober 2015).

Publikasi yang dilakukan melalui beberapa media adalah langkah tepat yang dilakukan untuk dapat menarik perhatian

pelanggan maupun calon pelanggan hotel. Melalui media ini diharapkan dapat menarik minat publik (khalayak sasaran) agar menggunakan jasa Hotel Grand Elite sehingga tujuan perusahaan dapat lebih cepat tercapai. Adapun kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Hotel Grand Elite adalah :

a. Surat Kabar

Melalui media surat kabar, *Sales & Marketing* memuat iklan dan berita-berita mengenai perusahaan. Pembuatan berita gunanya untuk menciptakan informasi yang mendukung kegiatan hotel. Dalam pembuatan berita dan pemasangan iklan Hotel Grand Elite bekerja sama dengan pihak Tribun Pekanbaru dan Riau Pos.

“Media informasi yang kami gunakan disini tidak hanya media cetak seperti koran saja tapi kami juga menyebarkan informasi melalui surat kabar *online*, malahan lebih efektif lewat *online*, soalnya kan masa sekarang ini rata-rata orang baca berita lewat *gadget*” (Wawancara dengan Henni Rasmonowati, 13 Oktober 2015).

b. Brosur

Brosur merupakan media yang mampu menawarkan dan menginformasikan produk dengan detail dan terperinci. Jika dilihat dari segi biaya, brosur termasuk media yang segi produksinya dapat dibilang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan media promosi lainnya. Walaupun begitu brosur merupakan media promosi yang efektif untuk menyampaikan informasi.

Brosur Hotel Grand Elite berisikan mengenai hotel beserta produk dan jasa serta fasilitas yang tersedia termasuk didalamnya mengenai informasi harga. *Sales & Marketing* menggunakan brosur untuk menjelaskan secara rinci mengenai produk dan fasilitas Hotel Grand Elite. Seperti hasil wawancara dibawah ini :

“Kita mempunyai brosur yang mana brosur tersebut berisikan

tentang informasi-informasi hotel, produk-produk apa saja yang kita punya, serta harga yang kita tawarkan. Macam-macam brosur yang kita punya adalah brosur *promotion rates*, brosur paket pernikahan, brosur *Room Type and Layout*, brosur *Food Promotion*, brosur *Elite Fitness Center and SPA Treatment Facilities*, dan lain-lain” (Wawancara dengan Devita Ana, 13 Oktober 2015).

c. Billboard

Billboard yang dipersiapkan oleh *Sales & Marketing* adalah berisikan tentang produk-produk Hotel Grand Elite. Keefektifan *billboard* adalah pada ukurannya yang besar sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Seperti hasil wawancara dibawah ini :

“Kita memasang *billboard* di pinggir jalan Riau, tepatnya di pinggir dekat mau masuk ke Kawasan Riau *Business Centre*. Kita hanya memasang satu *billboard* karena biaya percetakannya mahal dan juga kurangnya tenaga kreatif” (Wawancara dengan Bapak Darda Prahara, tanggal 16 Oktober 2015)

d. Voucher Discount

Voucher discount yang ditawarkan berupa *voucher discount* untuk menginap dan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Hotel Grand Elite. *Voucher discount* tersebut diberikan kepada para pelanggan yang loyal kepada perusahaan dan juga diberikan dengan gratis kepada pihak-pihak yang beruntung memenangkan kuis yang diselenggarakan pihak hotel ataupun acara yang di dukung oleh hotel Grand Elite. Tujuan dibuatnya *voucher discount* ini adalah untuk memperkenalkan fasilitas baru kepada pelanggan maupun calon pelanggan.

e. Website

Untuk mendukung kegiatan pemasaran, *Marketing & Communication* memanfaatkan teknik dan teknologi dengan menggunakan *database* dengan tujuan untuk membangun ekuisitas merek, menginformasikan, meningkatkan pemahaman, membangun kepercayaan, memberikan harapan pelanggan, dan memberikan alasan untuk membeli. Pihak *Marketing & Communication* melakukan promosi maupun pemasaran melalui *Website*. Dimana website tersebut digunakan untuk para calon pelanggan yang ingin melakukan pemesanan melalui *e-mail*, serta *website* tersebut digunakan untuk menampung kritik dan saran dari pengunjung.

2. Strategi MPR memanfaatkan peristiwa/events di Hotel Grand Elite

Peristiwa (*events*) disini adalah kegiatan menarik khalayak sasaran yang dilakukan oleh Hotel Grand Elite dalam menarik minat pelanggannya atas produk yang dimiliki oleh Hotel Grand Elite dalam mengatur suatu peristiwa atau partisipasi dalam suatu acara tertentu. Melalui *Sales & Marketing*, Hotel Grand Elite menjadi sponsor atas berbagai kegiatan. Bentuk pensponsoran ini biasanya diajukan oleh pihak eksternal melalui proposal yang diajukan ke Hotel Grand Elite melalui *Marketing & Communication* yang akan mempertimbangkan apakah akan menjadi sponsor atau tidak.

Event yang dirancang oleh Hotel Grand Elite bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada khalayak sasarannya. Menurut Marketing Hotel Grand Elite, *event* berperan dalam proses membangun *brand*. Melalui *event* ini pihak hotel bisa menentukan klasifikasi khalayak sasaran untuk menyampaikan suatu pesan pada suatu *event*. Untuk menjalin hubungan yang lebih dekat

dengan pelanggan, sekaligus untuk mensosialisasikan produk dan jasanya, *Marketing & Communication* Hotel Grand Elite sering mengadakan berbagai *event*. Melalui *event* ini diharapkan masyarakat lebih mengenal produk-produk dan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Grand Elite.

Dengan adanya kegiatan-kegiatan (*event*) yang diadakan oleh hotel membuat para pelanggan yang diundang untuk menghadiri kegiatan tersebut semakin memperkuat rasa ikatan emosional antara kedua belah pihak. Pelanggan merasa dihargai sebagai seorang konsumen karena selalu diundang untuk diikutsertakan dalam berbagai kegiatan yang diadakan. Hal ini berdampak baik bagi hotel karena pelanggan merasa puas dan penyampaian pesan atau informasi yang diberikan ketika *event* berlangsung juga dapat diterima dengan baik oleh pelanggan karena mereka merasa senang menjadi bagian dari kegiatan. Secara tidak langsung kegiatan yang di langungkan membuat pelanggan akan selalu loyal terhadap perusahaan.

3. Strategi MPR dalam menggunakan berita/informasi di Hotel Grand Elite

Berita adalah kegiatan yang dilakukan oleh Hotel Grand Elite dalam menciptakan informasi yang mendukung perusahaan dan produknya. Berita atau informasi disini bersifat promosi, dimana tujuannya sangat beraneka ragam yakni merangsang penjualan, meningkatkan hasrat untuk mengenal produk, membentuk *goodwill*, meningkatkan pembelian, mendorong pelanggan untuk tetap berlangganan. Strategi *Marketing Public Relation* menggunakan berita atau informasi ini merupakan suatu strategi yang efektif karena dapat mencapai sasaran secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *marketing* Hotel Grand Elite. Dapat diketahui bahwa hotel ini menjalankan beberapa strategi dalam menggunakan berita untuk dapat menarik

minat pelanggan dan mempercepat respon dari konsumennya, yaitu:

a. Press Release

Press release digunakan untuk menciptakan informasi yang mendukung perusahaan dan produknya. Dimana dalam penerbitan *press release* Hotel Grand Elite bekerja sama dengan surat kabar Riau Pos dan Tribun Pekanbaru. Adanya *feedback* yang baik dalam menggunakan *press release* ini membuat pihak *marketing* Hotel Grand Elite semakin gencar memuat berita-berita tentang produk hotel. Pada awalnya mereka hanya mengirim *press release* 4 kali dalam sebulan sekarang menjadi 6 kali dalam sebulan.

b. Media Internet

Internet memungkinkan hampir semua orang dibelahan dunia manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur-fitur internet yang canggih membuat pengguna internet dapat bertukar pesan dengan orang lain walaupun dari jarak yang jauh. Dengan adanya internet, tentunya hal ini dimanfaatkan oleh Hotel Grand Elite sebagai salah satu strategi *Marketing Public Relations* dalam menyampaikan berita atau informasi. Layanan informasi yang digunakan oleh Hotel Grand Elite adalah situs www.hotelgrandelite.com, melalui situs tersebut Hotel Grand Elite memberikan informasi mengenai fasilitas yang mereka punya, jasa apa saja yang ditawarkan, mengenai harga kamar, program dan kegiatan yang akan dan sedang dilakukan, dan juga kolom kritik dan saran untuk para pelanggan.

Penggunaan *website* dan *e-mail* oleh Hotel Grand Elite dalam memberi informasi kepada pelanggan atau konsumen dirasa sangat efektif karena medianya dikelola dengan sangat baik oleh pihak hotel. sehingga semua informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dan pelanggan sudah tersedia disana semua. Hal ini memudahkan para pelanggan untuk mengetahui semua informasi yang mereka butuhkan.

c. Media Sosial

Penggunaan media sosial sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat merupakan suatu keharusan sebab media sosial selain dapat menjangkau jumlah besar khalayak, juga dewasa ini rasanya kita tak dapat hidup tanpa media sosial, seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, dan lainnya.

Hotel Grand Elite menyampaikan informasi tentang produk maupun kegiatan-kegiatan hotel menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial ini diharapkan dapat mendukung dan mempercepat proses penyebaran informasi ke seluruh lapisan masyarakat, akan tetapi pada kenyataannya informasi tersebut masih belum efektif sampai ke pelanggan secara menyeluruh.

4. Strategi MPR melalui kegiatan layanan publik di Hotel Grand Elite

Kegiatan pelayanan publik adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat melalui sumbangan dan juga aksi sosial. Hotel Grand Elite sering mengikuti dan melaksanakan kegiatan layanan publik. Hal ini diharapkan agar terciptanya *image* baik perusahaan di mata pelanggan dan konsumennya. Dalam hal ini dampaknya, upaya menciptakan *image* yang baik dinilai dan dipandang sangat efektif.

Hotel Grand Elite melakukan aksi sosial secara langsung dengan mengundang beberapa media untuk meliput kegiatan yang mereka lakukan, agar nantinya kegiatan tersebut dapat disebarluaskan oleh media sehingga pencitraan yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

KESIMPULAN

1. Pelaksanaan strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan Hotel Grand Elite adalah dengan melakukan publikasi, peristiwa (*events*), menggunakan berita atau informasi, dan kegiatan layanan publik.
2. Strategi *Marketing Public Relations* yang digunakan oleh Hotel Grand Elite dalam menarik minat pelanggannya adalah dengan menciptakan perhatian dari pelanggannya melalui tahapan-tahapan kognitif, efektif, perilaku, sesuai dengan urutan. Strategi yang dilakukan ini sangat efektif sekali untuk memancing pelanggan agar terus menggunakan jasa Hotel Grand Elite Pekanbaru.
3. Dalam mendukung pelaksanaan strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan, Hotel Grand Elite juga menerapkan strategi publikasi. Publikasi yang dilakukan adalah dengan menggunakan beberapa media. Selain menggunakan surat kabar Hotel Grand Elite juga menggunakan brosur, memasang *billboard*, memberikan *voucher discount*, dan menggunakan *website*. Penggunaan bermacam-macam media ini dilakukan untuk menarik minat pelanggan menurut penulis efektif sekali untuk dijalankan.
4. Strategi *Marketing Public Relations* dalam menggunakan peristiwa (*events*) untuk menarik minat pelanggan adalah dengan cara membuat kegiatan untuk menarik perhatian pelanggan atas produk yang ditawarkan dalam berbagai acara yang dibuat maupun yang disponsori oleh Hotel Grand Elite.

5. Kegiatan strategi *Marketing Public Relations* dalam menarik minat pelanggan dalam menggunakan berita atau informasi di Hotel Grand Elite adalah dengan membuat *press release* dan dimuat di surat kabar Tribun Pekanbaru dan Riau Pos. Hotel Grand Elite juga menggunakan media internet dan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaannya.
6. Dalam menarik minat pelanggan, Hotel Grand Elite juga menggunakan kegiatan pelayanan publik untuk menciptakan *image* yang baik di mata pelanggannya.

SARAN

Sebagai hotel berbintang empat, seharusnya Hotel Grand Elite memiliki seorang *Public Relation*.

1. Untuk menarik minat pelanggan maupun konsumennya hendaknya perusahaan melaksanakan seluruh strategi *Marketing Public Relations*.
2. Hotel Grand Elite harus lebih giat lagi melakukan promosi dan publikasi yang lebih kreatif dan menarik kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan selalu tertarik dan tidak bosan menggunakan jasa Hotel Grand Elite.
3. Hotel Grand Elite harus mampu mempertahankan maupun meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang ada saat ini agar pelanggan merasa betah berada di hotel.

Daftar Pustaka

- Adisaputro, Gunawan, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Adya, Atep Brata. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Angipora, P Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Alifahmi, Hifni. 2008. *Marketing Communicatins Orchestra:Harmonisasi Iklan, promosi, dan Marketing Public Relations*. Bandung: Examedia Publishing
- Beard, Mike. 2004. *Manajemen Departemen Public Relations (edisi kedua)*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gaspers, Vincen. 2003. *Total Quality Managemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaffar, Dr. Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management dan Marketing Public Relations)*. Bandung: Alfabeta.
- Jr, W, Lamb, dkk. 2001. *Pemasaran*. Jakarta; Salemba.
- Kasmir, S.E., M.M. 2011. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kennedy, Jhon E dan Soemanagara, Dermawan. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: salemba Empat.
- Mengkunegara, AA Anwar Prabu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J Lexy. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Graha.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Usman, Husaini. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaja, H.A.W. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasi Indonesia.