

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Strategi *Marketing Public Relations* dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Masa Pandemi Covid-19 Pasca PPKM Darurat di Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya” berdasarkan temuan-temuan dari peneliti *Marketing Public Relations* Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya pada masa pandemi pasca ppkm darurat telah menerapkan strategi sesuai dengan kondisi hotel yang pada Masa Pandemi Covid 19 khususnya pasca PPKM Darurat itu memerlukan *Publikasi, Event, News, Community Involvement, Identity Media, Lobbying, Social Responsibility* sehingga Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya bisa melewati Masa Pandemi Covid-19 Pasca PPKM Darurat dengan operasional yang tidak terganggu, mempertahankan eksistensi hotel dengan memaksimalkan fungsi *Marketing Public Relations* Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan peneliti diatas, berikut beberapa saran dari peneliti diantaranya adalah

### 1. Saran Akademis

Diharapkan dapat menjadi tolak ukur juga untuk referensi dan tambahan pengetahuan dalam hal sebuah strategi marketing public relations agar tetap bisa bertahan dan berkembang di masa pandemi covid19 .

### 2. Saran Praktis

Berikut adalah beberapa saran dari peneliti yang ditujukan kepada Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya agar strategi *marketing public relations* yang dijalankan semakin maksimal dalam meningkatkan jumlah pelanggan:

1. Dalam melakukan strategi *event*, pihak Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya dapat membuat perencanaan event secara rutin agar antusias masyarakat dapat meningkat setiap bulan
2. Untuk Hotel Ibis Styles Jemursari Surabaya, bisa lebih memaksimalkan media sosial yang sebelumnya jarang digunakan yaitu facebook dan twitter