

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dituliskan konklusi dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan secara konkrit menjawab tujuan dilakukannya penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan akan berjumlah sama dengan tujuan penelitian. Saran diberikan untuk kepentingan Hotel X dan penelitian berikutnya di kemudian hari.

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Loyalitas pelanggan hotel bintang lima dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan hotel, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Diantara tiga variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas, kualitas pelayanan hotel memberikan pengaruh total paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, peningkatan kualitas pelayanan dijadikan prioritas utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Usulan peningkatan loyalitas pelanggan Hotel X dilakukan terhadap empat variabel penyusun kualitas pelayanan, yaitu tampilan fisik, keandalan dan daya tanggap, kemudahan pelanggan, dan jaminan pelanggan Hotel X. Dihasilkan sembilan usulan peningkatan kualitas pelayanan Hotel X. Setelah didiskusikan dengan pihak hotel, delapan saran diterima oleh pihak Hotel X dan dua lainnya tidak dapat diterima untuk saat ini. Delapan usulan yang diterima adalah mencatat dan melaporkan permasalahan pada fasilitas hotel, peningkatan variasi menu makanan yang dihidangkan, evaluasi berkala pada kondisi dapur, mengadakan kegiatan pelatihan dalam bentuk simulasi kerja, penempatan pegawai pada beberapa fasilitas utama, dan pembaharuan informasi mengenai hotel secara berkala, melakukan hubungan kerja sama dengan pihak kepolisian untuk mengurangi kemacetan, dan penyediaan layanan *shuttle* gratis.

IV.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat diberikan kepada Hotel X untuk kemajuan Hotel di kemudian hari.

1. Selain keluhan yang disampaikan langsung oleh pelanggan, pihak hotel dapat menugaskan pegawai untuk membaca *review* pelanggan pada situs-situs terkenal seperti Traveloka, Booking.com, Agoda, dan lainnya. Pada situs-situs tersebut dapat ditemukan beberapa permasalahan dan saran yang mungkin berbeda dengan yang disampaikan oleh pelanggan secara langsung.
2. Hotel X dapat mengaplikasikan usulan dimulai dari yang tidak membutuhkan banyak biaya maupun usaha, seperti memperbaharui situs resmi hotel dan penempatan pegawai pada fasilitas-fasilitas utama.
Selain itu, untuk penelitian di kemudian hari, saran yang dapat diberikan adalah memperbanyak komunikasi dengan *problem owner* selama penelitian berlangsung agar proses identifikasi masalah dan pembuatan usulan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Clemes, M.D., Wu, J.H.C., Hu, B.D., & Gan, C. (2009). An empirical study of behavioral intentions in the Taiwan hotel industry. *Innovative Marketing*, 5(3), 30–50. <https://orcid.org/0000-0002-5618-1651>
- Goetsch, D.L. & Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality : Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Hair, J.F., Hult, G.T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. London: SAGE.
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy Marketing Science*, 43, 115-135. doi: 10.1007/s1174-014-0403-8
- Kandampully, J., Juwaheer, T.D., & Hu, H.H. (2011). The Influence of a Hotel Firm's Quality of Service and Image and its Effect on Tourism Customer Loyalty. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 21-42. doi: 10.1080/15256480.2011.540976
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2003). The Role of Customer Satisfaction and Image in Gaining Customer Loyalty in the Hotel Industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(1-2), 3–25. doi: 10.1300/j150v10n01_02
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M., dan Fumlto, Y. (1990). LODGSERV: A Service Quality Index For The Lodging Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 277-284. doi: 10.1177/109634809001400230

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kuo, N.T., Chang, K.C., Cheng, Y.S., & Lai, C.H. (2003). Investigating the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Hotel Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction and the Moderating Roles of Service Recovery and Perceived Value. *Journal of China Tourism Research*, 9(3), 257-276. doi: 10.1080/19388160.2013.812896
- Lai, I.K.W., (2015). The Roles of Value, Satisfaction, and Commitment in the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Hong Kong–Style Tea Restaurants. *Cornell Hospitality Quarterly Journal*, 56(1), 118-138. doi: a10.1177/1938965514556149
- Lai, I.K.W. (2019). *Hotel image and reputation on building customer loyalty: An empirical study in Macau*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 111–121. doi: 10.1016/j.jhtm.2019.01.003
- Lee, C.-K., Yoon, Y.-S., & Lee, S.-K. (2007). Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. *Tourism Management*, 28(1), 204–214. doi: 10.1016/j.tourman.2005.12.017
- Liat, C. B., Mansori, S., & Huei, C. T. (2014). The Associations Between Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Loyalty: Evidence From the Malaysian Hotel Industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(3), 314–326. doi: 10.1080/19368623.2013.796867
- Loureiro, S.M.C. & Gonzalez, F.J.M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 117–136. doi: 10.1080/10548400802402321
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

- Moorthy, K., Chun T'ing, L., Ai Na, S., Tze Ching, C., Yuin Loong, L., Sze Xian, L., & Wei Ling, T. (2018). Corporate image no longer leads to customer satisfaction and loyalty: a Malaysian perspective. *International Journal of Law and Management*, 00-00. doi: 10.1108/ijlma-04-2017-0082
- Mursid, M. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Universitas Terbuka Depdikbud.
- Robinette, S. & Brand, C. (2001). *Emotion Marketing: The Hallmark Way Winning Customers for Life*. New York: Mc.Graw Hill.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*: 4th Edition. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suwanamas, C., Trimetsoontorn, J., & Fongsuwan, W. (2015). The effect of perceived service quality on customer emotions, customer satisfaction and customer loyalty: a PLS-SEM approach towards a luxury hotel in Bangkok, Thailand. *Journal for Global Business Advancement*, 8(4), 374. doi: 10.1504/jgba.2015.074018
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2002). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Xie, K. L., Xiong, L., Chen, C.-C., & Hu, C. (2015). Understanding Active Loyalty Behavior in Hotel Reward Programs Through Customers' Switching Costs and Perceived Program Value. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(3), 308–324. doi: 10.1080/10548408.2014.896767
- Zeithaml, V.A. (1998). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22. <http://dx.doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., dan Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions dan Expectations*. New York: The Free Press.

2016. *Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung*.
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/119/-jumlah-akomodasi-hotel-menurut-klasifikasi-di-kota-bandung-2016.html>, diakses pada 15 Januari 2020.
2019. *Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang di Jawa Barat*.
<http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=statistik-wisatawan&act=showdetail&catid=13&id=257>, diakses pada 15 Januari 2020.