

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Brand image yang dimiliki hotel Ivory Bandung masih kurang baik, demikian juga dengan kepuasan pelanggan masih kurang. Dari hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa *Brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di Hotel Ivory Bandung. Hal ini dapat dilihat dari uji t bahwa variabel *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* di Hotel Ivory Bandung. Semakin baik *brand image* Hotel Ivory Bandung akan membuat *customer satisfaction* makin meningkat.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka ada hal yang dapat disarankan. Bagi Hotel Ivory Bandung, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum *Brand image* Hotel masih terasa kurang untuk menggapai *customer satisfaction*, maka sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara terus memperhatikan *Brand image* Hotel baik dari promosi, pelayanan, exterior, general interior, store layout, maupun interior. Selain itu, hotel Ivory Bandung sebaiknya terus berinovasi dengan memperhatikan trend-trend yang ada dan memperhatikan papan namanya karena dari hasil yang diperoleh, papan nama memiliki skor terendah. Hotel Ivory sebaiknya lebih memperhatikan letak dan desain papan namanya. Papan nama sebaiknya diberi warna mencolok dan diletakkan di tempat yang lebih tinggi

sehingga lebih mudah dilihat oleh pengunjung.

Customer satisfaction Hotel Ivory Bandung secara umum belum terlalu baik, ada baiknya apabila Hotel Ivory Bandung memberikan suatu hal yang baru dan menarik untuk dapat meningkatkan *customer satisfaction*. Saran yang dapat penulis berikan untuk Hotel Ivory Bandung adalah menambah spot foto atau dekorasi di area-area yang masih kosong. Spot atau dekorasi baru merupakan salah satu hal yang dapat mengundang orang untuk berkunjung kembali. Spot atau dekorasi tersebut dapat dibuat di dinding-dinding yang masih berwarna polos dan lainnya. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk diadakan *live music* secara rutin pada hari Jumat hingga Minggu malam. Adanya *live music* ini dapat meningkatkan *customer satisfaction* karena dapat memberikan suasana yang berbeda dibandingkan hanya mendengar musik melalui rekaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Biell (2007), *Principles of Marketing Edition 15*, Pearson Education
- Barker, C. Pistrang, N & Elliot, R (2016). *Research Methods in Clinical Psychology.*(3rd ed.). John Wiley & Sons, LTD, Chichester UK
- Bilteer dan Zeithaml, (2003) *The Customer satisfaction and Loyalty*, Edition 12, The Journal of Marketing Vol.15 No.5
- Cooper, Donald R. and Schindler, Pamela S. 2014 “*Bussines Research Methods*” 12th edition. McGraw.Hill New York
- Gujarati, Damodar N. and Porter, Dawn C. 2009 “*Basic Econometrics*” 5th edition. McGraw.Hill New York
- Hansemark dan Albinsson. (2004) *The Customer satisfaction on Marketing*. Edition 13. The Journal of Marketing Vol.10 No.3
- Kotler, Philip. (2016.) Edition 15 *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*, Sixteenth Edition, Pearson Education.
- Schniffman, Kanuk (2007), *Principles of Marketing*, Seventh Edition, Pearson Education.
- Sugiyono (2001), *Metode Penelitian Administrasi*, Penerbit Alfabeta Bandung
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung : ALFABETA
- Zulian, Yamlt (2005) Edition 10 *Customer satisfaction on Marketing*.

Jurnal:

- Andik Matulesy, Vol 5, No.2, (2016), “*Brand image and customer satisfaction of blackberry mobile phone di US*”
- Dunnuwille dan Pathmini, Vol 5 No.2 (2016), Judul “ *Brand image and customer satisfaction in mobile phone market study based on customers in kandy district*”

- Jay Kandampully, Vol.12 No.6, (2000), "Customer Loyalty in the Hotel Industry":
The Role of Customer satisfaction and Image.
- Lin Chien Hsiung, (2011), "A study on the relations between the brand image and customer satisfaction in catering businesses di Taiwan".
- Mudasar Ghafoor, (2013), "The impact of brand image, service quality on customer satisfaction in Pakistan telecommunication sector"
- Neupane, (2015), "The effects of brand image on customer satisfaction in retail super market chain in UK di London"
- Nischay Kumar, (2014), "Effect of customer satisfaction on brand image (A study of of cosmetic product in Canada)"
- Razlan Adli Zain, (2015), " A study of brand image towards customer's satisfaction in the Malaysian hotel industry di Malaysia".
- Shahroudi, Kambiz dan Naimi, Vol 3 No.1 (2014), "The impact of brand image on customer satisfaction di Sri Lanka (case study consumer of hygiene products)
- Tai Chi Wu, (2015), "The influence of service quality, brand image and customer satisfaction in private karaoke rooms in Taiwan"
- Ye Te Tu, dan Chen Mei Wang, (2012), "Corporate brand image and customer satisfaction (An empirical study of starbucks coffee in Taiwan)"

Sumber Lain:

<https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>

<http://dedy londong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html>

<http://mangihot.blogspot.com/2016/10/pengertian-brand-image.html>

[https://www.academia.edu/31888315/Indikator Brand Image dan Keputusan Pembelian](https://www.academia.edu/31888315/Indikator_Brand_Image_dan_Keputusan_Pembelian)

http://rudtsoneclick.blogspot.com/2013/05/teori-kepuasan-pelanggan_21.html