

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *relationship horizontal marketing* Hotel Grand Aquila Bandung terdiri dari *facilitating*, *created network to customer*, *connecting customer*, dan *treat them as member*. Secara umum tamu memiliki penilaian yang baik terhadap program ini. Program *relationship horizontal marketing* yang memiliki penilaian paling tinggi dari pengunjung adalah *facilitating* melalui program potongan harga, dan *membership*. Sedangkan penilaian akan indikator lainnya berkaitan dengan *created network to customer*, *connecting customer*, dan *treat them as member* mendapatkan penilaian yang cukup baik dan seimbang diantara ketiganya.
2. Tanggapan penilaian tamu terhadap keputusan menginap di Hotel Grand Aquila Bandung rata-rata baik dengan penilaian tertinggi terdapat pada keputusan menginap yang dipengaruhi oleh waktu pembelian dari Hotel Grand Aquila Bandung. Berkaitan dengan waktu pembelian yaitu pembelian di mana dalam penelitian ini di aplikasikan kepada keputusan menginap pada waktu-waktu tertentu seperti waktu liburan dan pada saat adanya promosi tertentu yang memberikan keuntungan kepada tamu Hotel Grand Aquila Bandung.

3. Program *relationship horizontal marketing* yang dilakukan Hotel Grand Aquila Bandung melalui *facilitating, created network to customer, connecting customer, dan treat them as member* memiliki penilaian yang cukup tinggi dari tamu yang menginap dengan menggunakan program-program tersebut. Berdasarkan pada penilaian tersebut, dapat dikatakan program *relationship horizontal marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Grand Aquila Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Program *relationship horizontal marketing* yang meliputi kegiatan *facilitating, created network to customer, connecting customer, dan treat them as member* secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari tamu yang menginap di Hotel Grand Aquila Bandung namun terdapat beberapa unsur yang mendapatkan penilaian yang rendah seperti kegiatan *gathering*. Hal ini dapat diatasi dengan cara meningkatkan daya tarik dari kegiatan *gathering* tersebut sehingga tamu yang menghadirinya mendapatkan nilai yang berbeda dan kesan yang baik, kegiatan *gathering* juga perlu diperhatikan dari segi frekuensi pelaksanaan yang sekarang ini dilaksanakan pada frekuensi waktu yang tidak tentu, dan rekomendasi lainnya yaitu perlu adanya sosialisasi yang lebih jelas berkaitan dengan kegiatan *gathering* tersebut. Unsur lainnya yaitu *treat them as member* melalui *reward* yang perlu diperbaiki melalui

keaktivitas ide mengenai bentuk *reward* yang diberikan, mengingat pemberian *reward* merupakan kegiatan yang tidak terlalu unik karena banyaknya perusahaan lain yang memiliki program yang serupa.

2. Program *facilitating* Hotel Grand Aquila Bandung melalui program potongan harga perlu untuk dipertahankan karena memiliki penilaian yang baik dari sebagian besar tamu, dengan cara memperbanyak perusahaan *partner* dalam bekerjasama sehingga semakin banyak calon tamu yang dapat menggunakan program tersebut, selain itu juga dengan mengembangkan kebijakan tersebut tidak hanya berlaku untuk potongan harga kamar tetapi juga pada *outlet* lainnya di hotel sehingga dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi calon tamu Hotel Grand Aquila Bandung.
3. Saran penulis untuk meningkatkan keputusan menginap tamu Hotel Grand Aquila Bandung yaitu melalui program-program pemasaran yang menarik, yang meliputi kemudahan prosedurnya, serta melalui hal lainnya yang dapat mempengaruhi tamu untuk menginap baik dari segi kegiatan pemasaran, pelayanan, serta kepercayaan tamu untuk menginap berkaitan dengan citra yang dimiliki oleh Hotel Grand Aquila Bandung.
4. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Hotel Grand Aquila Bandung, para peneliti dapat mengangkat masalah mengenai penanaman kepercayaan tamu untuk menginap di Hotel Grand Aquila Bandung berkaitan dengan citra yang sekarang ini dimiliki oleh Hotel Grand Aquila Bandung.