

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, program *continuity marketing* yang telah dijalankan oleh Sari Ater *Hotel & Resort* berada pada kategori penilaian tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan *continuity marketing* sudah dinilai baik oleh member HSP Sari Ater *Hotel & Resort*. *Continuity marketing* yang dilaksanakan oleh Sari Ater *Hotel & Resort* terdiri dari *member card*, *discount*, *reward* dan *voucher*. Nilai tertinggi dari *continuity marketing* ada pada dimensi *reward*, hal ini dikarenakan daya tarik, ketepatan dan pemberian *reward* itu sendiri merupakan hal yang cukup penting dalam program meningkatkan loyalitas member HSP. Penilaian terendah ada pada dimensi *discount* tepatnya pada indikator pemberian *discount*, hal ini terjadi karena kurangnya frekuensi Sari Ater *Hotel & Resort* dalam memberikan *discount* kepada member HSP.
2. Secara keseluruhan, loyalitas member HSP Sari Ater *Hotel & Resort* berada pada kategori penilaian tinggi, hal ini diindikasikan bahwa member HSP memberikan penilaian baik terhadap loyalitas di Sari Ater *Hotel & Resort*. Loyalitas member HSP Sari Ater *Hotel & Resort* terdiri dari 2 hal, yaitu *behaviour* dan *attitude*. *Attitude* merupakan dimensi yang memiliki nilai tertinggi dengan indikator kepercayaan member HSP terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Sari Ater *Hotel & Resort*, dengan kata lain member HSP telah loyal terhadap Sari Ater *Hotel & Resort*. Penilaian terendah terdapat pada dimensi *behaviour* tepatnya pada indikator merekomendasikan Sari Ater *Hotel & Resort* kepada orang lain.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa program *continuity marketing* Sari Ater *Hotel & Resort* dapat mempengaruhi loyalitas member HSP sebagai wisatawan Sari Ater *Hotel & Resort*, hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik program *continuity marketing* maka akan semakin mempengaruhi loyalitas member HSP Sari Ater *Hotel & Resort*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat dijadikan acuan oleh pihak Sari Ater *Hotel & Resort* sebagai berikut:

1. Pelaksanaan program *continuity marketing* hendaknya mengoptimalkan semua faktor yang dimiliki sehingga akan terjadi keseimbangan setiap faktor maupun dimensi *continuity marketing* Sari Ater *Hotel & Resort*. Berdasarkan temuan pada penelitian ini, program *discount* pada *continuity marketing* mendapatkan penilaian yang rendah, hal ini menunjukkan bahwa pihak Sari Ater *Hotel & Resort* harus lebih meningkatkan program *discount* dengan upaya frekuensi pemberian *discount* yang cukup sering dan daya tarik *discount* sebagai cara dalam meningkatkan loyalitas member HSP terhadap Sari Ater *Hotel & Resort*.
2. Program *continuity marketing* melalui *reward* dan *voucher* mendapat nilai yang tinggi dari member HSP Sari Ater *Hotel & Resort*, hal ini menunjukkan bahwa dua indikator tersebut telah mempengaruhi loyalitas member HSP Sari Ater *Hotel & Resort*. Namun dalam pelaksanaannya, Sari Ater *Hotel & Resort* harus lebih meningkatkan keteraturan dan keragaman dari bentuk *reward* dan *voucher* yang diberikan sebagai daya tarik member HSP sehingga mereka akan menjadi semakin loyal terhadap Sari Ater *Hotel & Resort*.
3. Untuk meningkatkan loyalitas member HSP sebagai wisatawan Sari Ater *Hotel & Resort* hendaknya dimulai dari dalam manajemen Sari Ater *Hotel & Resort* itu sendiri. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap

seluruh member HSP, sudah semestinya pihak manajemen menambah sumber daya manusia (SDM) untuk mengelola member HSP yang sekarang ini hanya berjumlah satu orang karyawan.

4. Setiap penelitian tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri, begitu juga dengan penelitian ini yang hanya dilihat dari segi pelaksanaan program *continuity marketing* Sari Ater *Hotel & Resort* saja. Maka dari itu diharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana upaya meningkatkan loyalitas melalui seluruh aspek promosi yang dilakukan oleh Sari Ater *Hotel & Resort* khususnya dalam mengembangkan program *continuity marketing*.

