

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan *path analysis* antara *distinctive capabilities* yang terdiri dari *reputation* dan *innovation* terhadap *customer value* di Mason Pine Hotel maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan gambaran pelaksanaan *distinctive capabilities* di Mason Pine Hotel dapat dilihat dari masing-masing dimensi yakni *reputation* dan *innovation* mendapat penilaian cukup baik dari tamu yang menginap di Mason Pine Hotel. *Distinctive capabilities* yang diterapkan dapat dikatakan sudah cukup baik, dimana garis kontinum berada pada kategori rentang cukup tinggi. Untuk penilaian tertinggi diperoleh oleh sub variabel *reputation* sedangkan nilai terendah berada pada sub variabel *innovation*.
2. Gambaran mengenai penciptaan *customer value* di Mason Pine Hotel yang terdiri dari *product benefit/ cost*, *service benefit/cost*, *personnel benefit/cost* dan *image benefit/cost*. Penilaian tertinggi berdasarkan

Anggi Puspita Sari, 2014

Penciptaan *customer value* di mason pine hotel melalui *distinctive capabilities* (survei pada tamu yang menginap di mason pine hotel)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tanggapan tamu yang menginap di Mason Pine Hotel terdapat pada sub variabel *image benefit/cost*.

3. Berdasarkan hasil penelitian *distinctive capabilities* yang terdiri dari *reputation* dan *innovation* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penciptaan *customer value* di Mason Pine Hotel dengan tingkat pengaruh yang tinggi.

5.2 Rekomendasi

Strategi *distinctive capabilities* memiliki peran penting dalam strategi yang berorientasi pada pasar, dimana *distinctive capabilities* memberikan beberapa keuntungan diantaranya perusahaan yang menggunakan *distinctive capabilities* akan sulit untuk ditiru oleh para pesaing sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan industri dan banyak lagi keuntungan lainnya yang dapat diperoleh. Dalam hal ini penulis memberikan rekomendasi seperti hal-hal sebagai berikut ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penilaian responden terhadap *distinctive capabilities* yang mendapatkan nilai terendah yaitu pada aspek *innovation*. Oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen Mason Pine Hotel agar lebih meningkatkan kreatifitas dan lebih mengkomunikasikan kepada tamu hotel mengenai kegiatan atau event-event yang diadakan. Misalnya dengan mengadakan *live music* sehingga para tamu merasakan suatu pengalaman yang berbeda dan berkesan. Serta melibatkan tamu secara langsung dalam memberikan

Anggi Puspita Sari, 2014

Penciptaan *customer value* di mason pine hotel melalui *distinctive capabilities* (survei pada tamu yang menginap di mason pine hotel)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

saran inovasi-inovasi akan yang dilakukan. Selain itu khususnya bagi *sales marketing department* untuk lebih aktif lagi dalam mempromosikan inovasi-inovasi kegiatan yang dilakukan melalui email-blast, atau memberikan informasi di setiap kamar, sehingga secara tidak langsung tamu hotel akan menyadari inovasi produk ataupun kegiatan yang sedang dilakukan oleh Mason Pine Hotel. Selain itu, diharapkan manajemen Mason Pine Hotel dapat terus menjaga serta meningkatkan reputasi yang telah dimiliki, baik melalui pelayanan yang terus konsisten, dan memiliki standar *grooming* yang menjadi ciri khas tersendiri. Mengingat reputasi merupakan sub variabel *distinctive capabilities* yang memiliki nilai tertinggi terhadap penciptaan *customer value*.

2. Secara umum *Customer value* di Mason Pine Hotel sudah dapat dikatakan cukup baik, namun nilai terendah pada sub variabel *customer value* berada pada *service benefit/cost* hal ini dikarenakan kurangnya akan kesadaran karyawan dalam memiliki motivasi dan semangat kerja untuk memberikan pelayanan. Maka rekomendasi yang diberikan lebih kepada pelatihan karyawan secara berkala dengan memberikan motivasi dan semangat kerja, serta pembenahan standarisasi kualitas pelayanan yang harus terus di perhatikan. Misalnya diadakan kompetisi “*Best employee of the month*” bagi karyawan yang memberikan pelayanan terbaik akan mendapatkan suatu penghargaan ataupun insentif dari perusahaan.

3. Secara keseluruhan strategi *distinctive capabilities* di Mason Pine Hotel yang terdiri dari *reputation* dan *innovation* sudah dilakukan dengan baik dan terbukti dapat menciptakan *customer value* di Mason Pine Hotel. Namun dalam pengaplikasiannya perlu ditingkatkan lagi agar mampu mencapai hasil yang lebih optimal dengan yang diharapkan dalam memberikan nilai yang lebih kepada tamu hotel. Peningkatan kinerja *distinctive capabilities* itu sendiri dapat dilakukan dengan tidak hanya berfokus pada aspek-aspek yang ada dalam *distinctive capabilities*. Lebih dari itu Mason Pine Hotel harus lebih sensitif dalam menyediakan produk dan jasa yang unik dan berbeda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tamu hotel sehingga memenuhi lebih dari apa yang diharapkan tamu.
4. Penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan belum sempurna dan masih terdapatnya kekurangan dan kelemahan baik dari segi teori pendukung yang digunakan dan penelitian. Untuk itu sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya pada industri perhotelan, para peneliti dapat meneliti faktor lainnya yang mempengaruhi *customer value* diluar dari strategi *distinctive capabilities*. Seperti strategi pengembangan produk, *service quality* atau *brand experience* yang dapat menciptakan *customer value*.