

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dalam analisis jalur (*path analysis*) mengenai pengaruh *customer experience* terhadap upaya meningkatkan loyalitas tamu *member accor advantage plus* yang menginap di Hotel Novotel Bogor, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan mengenai implementasi *customer experience* Hotel Novotel Bogor yang terdiri dari *sensorial, emotional, cognitive, pragmatic, lifestyle* dan *relational* mendapatkan penilaian tinggi. Penilaian tertinggi pada sub variabel *customer experience* yakni *lifestyle* merupakan faktor tertinggi di Hotel Novotel Bogor dikarenakan keunikan suasana di Hotel Novotel Bogor yang dikelilingi oleh 5 hektar taman tropis yang bernafaskan alam terbuka yang masih jarang ditemui di hotel pesaing menjadi daya tarik tersendiri bagi *member* karena akan memberikan pengalaman berbeda yang sesuai dengan gaya hidup dan perilaku tamu *member* dan tetap setia untuk menggunakan produk dan jasa dari Hotel Novotel Bogor untuk berlibur ataupun melakukan kegiatan MICE. Sedangkan perolehan sub variabel *pragmatic* memperoleh penilaian terendah dikarenakan pengalaman atau tindakan praktis yang dirasakan masih kurang memberikan kemudahan kepada *member*, seperti adanya fasilitas layanan *free shuttle* masih kurang efektif begitu pula saat *member* ingin melakukan *express checkout* ketika situasi ramai pihak *reception* masih kurang sigap dalam mengatasinya.
2. Tanggapan tamu mengenai loyalitas tamu yang terdiri dari *behavioural, attitudinal, dan cognitive loyalty* mendapatkan penilaian sangat tinggi.

Khairinnisaa, 2014

**Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center**

Kontribusi penilaian paling tinggi oleh tamu mengenai loyalitas yakni *behavioural*, hal ini dikarenakan Hotel Novotel Bogor berhasil memberikan pengalaman menyenangkan yang positif dan pelayanan yang baik serta kelengkapan fasilitas hotel bintang 4 yang modern dan semakin beragam sehingga *member* berkeinginan untuk menginap kembali dan menggunakan produk dan jasa di Hotel Novotel Bogor. Sedangkan penilaian terendah oleh tamu ada pada indikator *cognitive loyalty*. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pesaing di bidang jasa perhotelan di Kota Bogor yang menawarkan produk dan jasa dengan harga yang bervariasi sehingga *member* mempertimbangkan untuk menginap di Hotel Novotel Bogor.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* yang terdiri dari *sensorial, emotional, cognitive, pragmatic, lifestyle* dan *relational* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas tamu Hotel Novotel Bogor. Sub variabel yang paling tinggi pengaruhnya adalah *lifestyle*. Pengalaman dalam suatu penegasan sistem nilai dan kepercayaan dari pengguna sebagai gaya hidup dan perilaku selama menginap mendorong tamu untuk menginap kembali di Hotel Novotel Bogor. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi *member* terhadap *lifestyle* yang dilakukan Hotel Novotel Bogor maka semakin tinggi loyalitas tamu terhadap hotel.

## 5.2 Rekomendasi

Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas tamu *member accor advantage plus* yang menginap di Hotel Novotel Bogor, strategi *customer experience* yang diimplementasikan oleh Hotel Novotel Bogor harus dipelihara dan senantiasa ditingkatkan sebagai upaya mempertahankan serta meningkatkan loyalitas tamu. Terdapat beberapa rekomendasi yang penulis ajukan sebagai berikut:

Khairinnisaa, 2014

***Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center***

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

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *customer experience* yang dilakukan Hotel Novotel Bogor diketahui penilaian terhadap sub variabel *pragmatic* memperoleh penilaian terendah dikarenakan pengalaman atau tindakan praktis yang dirasakan masih kurang memberikan kemudahan kepada *member*. Sehingga diharapkan Hotel Novotel Bogor membagi bagian khusus *reception* untuk *member* yang ingin *checkout* dengan penggunaan *queueing line*. Indikator pada sub variabel *pragmatic* yang mendapatkan penilaian terendah adalah kemudahan mengakses fasilitas *free shuttle*, oleh karena itu diharapkan pihak Hotel Novotel Bogor mengefektifkan fasilitas ini dengan menambah waktu operasionalnya menjadi 3 kali perjalanan saat mengantarkan dan menjemput, dan lebih menyesuaikan fasilitas maupun jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan profil tamu.
2. Berdasarkan hasil penilaian terhadap loyalitas tamu Hotel Novotel Bogor, penilaian terendah ada pada indikator *cognitive loyalty* dimana semakin banyaknya pesaing di bidang jasa perhotelan di Kota Bogor yang menawarkan produk dan jasa dengan harga yang bervariasi sehingga *member* mempertimbangkan untuk menginap di Hotel Novotel Bogor. Diharapkan dalam persaingan harga dimana Hotel Novotel Bogor memiliki *range* harga tinggi, pihak Hotel Novotel Bogor harus memberikan produk dan jasa yang sebanding dengan harga yang ditawarkan, dengan klasifikasi hotel bintang 4 tentunya Hotel Novotel Bogor standarisasi kelengkapan hotel bintang 4, oleh karena itu Hotel Novotel Bogor harus gencar melakukan kegiatan pemasaran serta meningkatkan kualitas produk dan jasa yang diberikan. Aspek dari indikator *cognitive loyalty* yang mendapatkan penilaian terendah adalah kedekatan tamu dengan pihak Hotel Novotel Bogor, dikarenakan tidak semua pegawai Hotel Novotel Bogor mampu memberikan interaksi yang baik kepada *member* sehingga masih cukup banyak tamu yang merasa hubungan dengan pegawai hotel belum terjalin dengan baik, diharapkan pihak Hotel

Khairinnisaa, 2014

***Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center***

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

Novotel Bogor memberikan *training* yang lebih optimal dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada setiap pegawai.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa implementasi *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas tamu. Sehingga diharapkan pihak Hotel Novotel Bogor lebih mengoptimalkan pelaksanaan dari setiap sub *customer experience*. Dari sub variabel *sensorial* yang mendapatkan skor terendah adalah cita rasa *food & beverage*. Hal tersebut dapat diperbaiki dengan cara mendatangkan *chef* yang sudah berpengalaman terutama untuk *western food* diharapkan mendatangkan *chef* dari luar Indonesia yang sudah ahli dalam memasak makanan tertentu. Pada sub variabel *emotional*, perasaan saat menikmati *food & beverage* di restoran mendapatkan skor terendah, diharapkan pihak Hotel Novotel Bogor untuk menambah jenis *food & beverage* saat sarapan di restoran karena untuk klasifikasi hotel berbintang 4 jenis *food & beverage* yang disajikan masih kurang bervariasi. Selanjutnya indikator *thematic dinner* dalam sub variabel *cognitive* mendapatkan nilai terendah sehingga diharapkan pihak F&B *service* Hotel Novotel Bogor memberikan pelayanan yang berbeda ataupun mencoba menyesuaikan jenis masakan yang sedang digemari oleh tamu *member*, dan diharapkan *thematic dinner* disesuaikan dengan pakaian dan atribut *waiter* dan *waitress* yang melayani. Dalam sub variabel *relational* yang mendapatkan nilai terendah yaitu kualitas interaksi yang diberikan oleh pegawai kepada *member*, diharapkan pihak manajemen Hotel Novotel Bogor lebih sering mengadakan *training* mengenai *service excellence*. Dengan diperbaikinya setiap aspek dalam pelaksanaan *customer experience* pada akhirnya diharapkan dapat berpengaruh dibandingkan sebelumnya dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu.
4. Kekurangandari penelitian ini yaitu penelitian hanya dilakukan kepada *member* yang menginap di Hotel Novotel Bogor, dan terdapat faktor lainnya yang

Khairinnisaa, 2014

**Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center**

mempengaruhiloyalitastamu diluarvariabel *customer experience*. Untukpenelitiselanjutnyadisarankanuntukmelakukanpenelitiankepadamember daribeberapapropertiAccor, dandapat pula menelitifaktorlainnyaseperti *service quality*, kualitas produk, *brand equity*, *servicescape* dan lainnya yang dapat meningkatkan loyalitas tamu Hotel Novotel Bogor.

Khairinnisaa, 2014

***Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)