

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan uraian yang telah dilaksanakan pada penelitian ini, bisa ditarik kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh fasilitas hotel terhadap loyalitas tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Dengan demikian, semakin lengkap, nyaman, dan berkualitas fasilitas yang disediakan, maka semakin besar pula kemungkinan tamu untuk kembali dan menjadi loyal.
2. Pengaruh *guest relation officer* terhadap loyalitas tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Layanan personal, penampilan, interaksi profesional, dan penanganan keluhan yang responsif dari GRO mampu membangun ikatan emosional yang kuat sehingga meningkatkan loyalitas tamu secara
3. Pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* secara simultan terhadap loyalitas tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Kombinasi keunggulan fasilitas fisik dengan pelayanan interpersonal dari GRO menciptakan pengalaman menginap yang menyeluruh sehingga mendorong loyalitas tamu.
4. Pengaruh kepuasan tamu member terhadap loyalitas di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Kepuasan yang dirasakan tamu member merupakan faktor kunci yang mendorong terbentuknya niat untuk kembali dan merekomendasikan hotel kepada orang lain.
5. Pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Fasilitas hotel yang nyaman, lengkap, dan terpelihara dengan baik merupakan dasar penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi tamu member.
6. Pengaruh *guest relation officer* terhadap kepuasan tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Interaksi personal,

keramahan, dan sikap solutif GRO memberikan pengalaman emosional yang positif bagi tamu sehingga meningkatkan kepuasan tamu member.

7. Pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* secara simultan terhadap kepuasan tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah positif dan signifikan. Kombinasi antara fasilitas fisik yang memadai dan layanan interpersonal yang berkualitas dari GRO secara bersama-sama menciptakan landasan yang kuat bagi terwujudnya kepuasan tamu.
8. Pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu member di Hotel X Kota Bandung adalah tidak signifikan. Kedua variabel memiliki pengaruh yang lebih besar secara langsung terhadap loyalitas dibandingkan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Artinya, loyalitas tamu lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman nyata terhadap fasilitas dan interaksi dengan GRO, sementara kepuasan hanya berperan sebagai efek tambahan, bukan mediator utama. Temuan ini merupakan kebaruan penelitian. karena berbeda dengan sebagian besar studi sebelumnya yang menempatkan kepuasan sebagai mediator utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini justru menegaskan bahwa dalam konteks tamu member di Hotel X, pengalaman langsung lebih kuat dalam menciptakan loyalitas daripada sekadar kepuasan yang dirasakan.

5.2 Saran

Menurut temuan penelitian, penulis mengemukakan sejumlah rekomendasi sebagai berikut:

1. Hotel X di Kota Bandung disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas fasilitas hotel, baik dari sisi kebersihan, kenyamanan, kelengkapan, hingga estetika. Hal ini penting dilakukan agar tamu member merasa puas dan mendapatkan nilai lebih selama menginap, serta agar fasilitas tetap relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang.

2. *Guest Relation Officer* memiliki peran penting dalam membangun kedekatan emosional dengan tamu, khususnya tamu member. Oleh karena itu, pelatihan rutin dalam bidang komunikasi, pelayanan prima, dan kemampuan menangani keluhan secara profesional perlu terus dikembangkan guna menghadirkan kesan bermalam yang membekas dan menggembirakan untuk tamu member.
3. Manajemen hotel diharapkan dapat menciptakan sinergi antara kualitas fasilitas dan pelayanan *guest relation officer* sebagai strategi utama untuk meningkatkan loyalitas tamu member. Karena kepuasan hanya menjadi efek tambahan, strategi utama dalam membangun loyalitas harus difokuskan pada pengalaman langsung. Hotel dapat mengembangkan program *personalized service* yang memperkuat kesan personal tamu member, bukan hanya sekadar memenuhi kepuasan jangka pendek. Kombinasi fasilitas unggul dengan GRO yang berkualitas dapat menjadi *unique selling point* (USP) Hotel X dibandingkan kompetitor, terutama untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah tamu member.
4. Diperlukan sistem evaluasi berkala, seperti survei kepuasan tamu dan feedback layanan, untuk memantau apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan. Evaluasi ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat sasaran.
5. Peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, program loyalitas, citra merek, atau *digital experience*. Selain itu, cakupan populasi juga dapat diperluas ke hotel lain dengan segmentasi berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih general dan relevan secara industri.