

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

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

1. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap *customer experience* di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta yang terdiri dari *brand experience*, *customer interface*, dan *continuous innovation* mendapatkan penilaian yang sangat baik dari responden yang merupakan tamu member di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta. Adapun dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi adalah dimensi *customer interface*, sedangkan dimensi yang memperoleh penilaian paling rendah adalah dimensi *brand experience*.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai *customer loyalty* yang terdiri dari *word of mouth communication*, *repurchase intention*, *price insensitivity* dan *complaint behaviour*, diperoleh hasil bahwa secara keseluruhan *customer loyalty* di Sailendra JW Marriot Hotel Jakarta berada di kategori yang sangat tinggi. Hal ini berarti kinerja *customer experience* yang dijalankan sudah sangat baik. Untuk dimensi yang memiliki nilai *customer loyalty* paling tinggi adalah dimensi *complaint behaviour*. Sedangkan dimensi yang memiliki nilai paling rendah adalah dimensi *repurchase intention*.

3. Antara *customer experience* dengan *customer loyalty* tamu memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti bahwa ketika karyawan dapat menciptakan *customer experience* yang baik kepada tamu, maka akan berdampak positif terhadap *customer loyalty*.

5.2 Rekomendasi

Penulis memberikan beberapa rekomendasi dengan harapan dapat memberikan masukan bagi Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, pelaksanaan *customer experience* di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta dinilai sudah baik oleh responden. Dimensi *brand experience* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah, oleh karena itu penulis merekomendasikan agar pihak hotel terutama restoran dapat lebih meningkatkan kualitas aspek-aspek yang berhubungan dengan terciptanya *brand experience* seperti meningkatkan kualitas rasa produk yang ditawarkan, lebih menghadirkan keragaman produk yang ditawarkan ataupun memberikan tema nuansa musik pengiring yang dihadirkan agar berbeda setiap harinya di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta, membuat jam operasional restoran menjadi lebih fleksibel bagi tamu .
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *customer loyalty* di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta penilaian terendah ada pada indikator *Repurchase Intention* pada item intensitas tamu untuk melakukan pembelian ulang yang artinya keinginan tamu untuk sering melakukan pembelian ulang atau mengunjungi Sailendra masih belum tinggi. Pihak hotel khususnya

restoran sebaiknya memberikan program atau inovasi yang lebih menarik agar tamu akan lebih sering untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta seperti menghadirkan tema dan dekorasi restoran yang berbeda setiap harinya serta menyediakan fasilitas lantai dansa untuk tamu pada saat *dinner* atau lebih meningkatkan kemampuan serta kecepatan pegawainya dalam memenuhi kebutuhan tamu dan juga lebih meningkatkan keramahan pegawai Sailendra kepada para tamunya. Selain itu juga meningkatkan pelayanan *tea timer* agar terlihat lebih menarik dan menyenangkan tamu sehingga nantinya tamu akan menjadi lebih tertarik untuk sering datang ke Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta.

3. Secara keseluruhan, *customer experience* yang dijalankan pihak hotel maupun restoran dapat meningkatkan *customer loyalty*. Pelaksanaan *customer experience* didukung oleh kinerja para *staff* dalam memberikan pelayanan maksimal kepada tamu khususnya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu. Diharapkan pihak hotel khususnya restoran terus menjalin dan meningkatkan hubungan baik antara karyawan dengan tamu baik itu member ataupun *first time guest* melalui keramahan serta kesigapan yang dimiliki karyawannya. Serta terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dan menyajikan selalu inovasi-inovasi yang tentunya akan sangat menarik dan memuaskan tamu.
4. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu,

penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan atau sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti berikutnya dengan meneliti faktor-faktor lain seperti *service quality* yang dapat meningkatkan *customer loyalty* di Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta secara lebih mendalam. Temuan lain diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan Sailendra JW Marriott Hotel Jakarta dimasa yang akan datang.