

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda antara *atmospheric experiences* terhadap loyalitas pelanggan The Restaurant Padma Hotel Bandung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Atmospheric experiences* The Restaurant Padma Hotel Bandung berada pada kategori tinggi. Dimana *ambience*, *interactions* dan *design* yang tersedia mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah member Padma *Priviledge Dining Club*. Hal ini membuktikan bahwa responden merasakan *atmospheric experiences* yang tersedia di The Restaurant Padma Hotel Bandung sebagai salah satu faktor yang membuat mereka ingin menjadi tamu yang loyal. Adapun dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi adalah dimensi *design*. Sedangkan yang memperoleh penilaian paling rendah adalah *interactions*.
2. Sebagian besar tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan di The Restaurant Padma Hotel Bandung mendapatkan penilaian yang baik. Adapun yang memperoleh skor penilaian tertinggi adalah indikator *complain behavior* dimana hal ini menunjukkan kepedulian tamu terhadap kemajuan restoran cukup tinggi, menerima dan memahami *complain* dan saran dari tamu sangat penting demi meningkatkan kualitas pelayanan ataupun produk-produk yang ditawarkan oleh The Restaurant Padma Hotel Bandung. Sedangkan yang memperoleh penilaian skor terendah adalah indikator *word of mouth*, hal ini menunjukkan kesadaran tamu untuk mempromosikan The Restaurant Padma Hotel Bandung masih rendah.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *atmospheric experiences* The Restaurant Padma Hotel Bandung yang terdiri dari *ambience*, *interactions* dan *design* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di The

Restaurant Padma Hotel Bandung. Dimana ketika *atmospheric experiences* meningkat maka loyalitas pelanggan yang diperoleh pun akan meningkat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat maka penulis memberikan rekomendasi dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan The Restaurant Padma Hotel Bandung. Rekomendasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika The Restaurant Padma Hotel Bandung dapat meningkatkan *atmospheric experiences* yang meliputi *ambience*, *interactions* dan *design*, maka tujuan perusahaan berupa peningkatan loyalitas pelanggan dapat tercapai. Indikator *interactions* merupakan indikator yang memiliki penilaian paling rendah, oleh karena itu penulis merekomendasikan pihak hotel terutama bagian restoran dapat lebih meningkatkan kualitas dari aspek – aspek yang berhubungan dengan terciptanya *interactions* seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan *personal touch* kepada tamu serta pihak *human resource department* disarankan untuk melakukan *training* rutin kepada karyawan mengenai *guidelines operation* saat melayani tamu. Karyawan restoran merupakan bagian dari *ambassador* hotel yang banyak melakukan kontak langsung dengan tamu maka karyawan restoran harus bisa menjaga kepercayaan serta dapat memberikan pelayanan prima sehingga tamu memiliki pengalaman interaksi yang baik di restoran.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap loyalitas pelanggan di The Restaurant Padma Hotel Bandung secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden tergolong kedalam kategori tinggi. Penilaian terendah terdapat pada indikator *word of mouth* hal ini menunjukkan bahwa kesadaran tamu untuk merekomendasikan The Restaurant masih rendah. Oleh karena itu pihak pengelola sebaiknya memberikan inovasi yang lebih menarik seperti

menghadirkan tema dan dekorasi restoran yang berbeda agar tamu merasa terkesan sehingga timbul perasaan untuk merekomendasikan The Restaurant kepada orang lain.

3. *Atmospheric experiences* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Pelaksanaan *atmospheric experiences* didukung oleh seluruh karyawan dalam menciptakan suasana yang dirasakan tamu secara langsung ketika berada di restoran. Diharapkan pihak hotel khususnya restoran terus menjalin hubungan baik dengan tamu member maupun *first time guest*.
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 *customer experiences* yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di The Restaurant Padma Hotel Bandung secara lebih mendalam. Temuan lain diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan The Restaurant Padma Hotel Bandung dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2007. *Retailing Management, 10th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Davis, Bernard. 2012 *et al. Food and Beverage Management 5th Edition*. New York: Routledge.
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty: How to earn it, How to keep it*, Jakarta: Erlangga.
- Huriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip., Bowen J,T and Makena J.C. 2010. *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson.
- Levy, M & Barton A.Weitz. 2007. *Retailing Management, 6th Edition*, USA; Mc Graw Hill.
- Lovelock, Chirstoper &JochenWritz. 2011. *Service Marketing People, Technology, Strategy 7th Edition*. New Jersey USA: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambatdan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Noor, Juliansyah., 2013., *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Riduwan., 2010., *Metodedan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono., 2012., *Metode Penelitian Bisnis (MPB)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono., 2013., *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatifdan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur; Bayumedia Publishing

Umar, H. 2008., *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wood, C Roy & Brotheron Bob., 2008., *The SAGE Handbook of Hospitality*, USA: SAGE Publications Ltd.

Jurnal

Foster, Brian. F & Cadogan , John. W., 2000., “*Relationship Selling and Customer Loyalty: An Empirical Investigation Marketing Intelligence Planning*”, Vol.18

Hersanti, Juwita Nova dan Ratnawati Kusuma. 2012. *Pengaruh Atmospheric experiences Terhadap Kepuasan dan Niatan Perilaku Konsumen di Toko “Oen”, Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol. 10

Jooyoen Ha, Soo Cheong (Shawn) Jang. 2012. *The Effects of Dinning Atmospherics on Behavioral Intentions Through Quality Perception*. Journal of Managing Service Quality. Vol 22

Li, Mei-Lien, Robert, D.Green. 2012. *A Mediating Influence on Customer Loyalty: The role of perceived Value*. Journal of Management and Marketing Research. Vol. 12

Meldarianda, Restidan Lisan Henky. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan ekonomi. Vol. 17

Slatten, Terje. *et al.* 2009. *Atmospheric Experience That Emotionally Touch Customers*. Journal of Managing Service Quality. Vol 19

Website dan Sumber lain

Komalasari, L Ajeng. 2011. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Ngopi Deoloe Jl. Hasanudin No.7 Bandung*. Skripsi Strata Satu pada Studi Ekonomi & Bisnis Universitas Padjajaran, Bandung ; diterbitkan.

Arsip *Human Resource Department*, Padma Hotel Bandung

Arsip *Food and Beverage Department*, Padma Hotel Bandung

Nita Soniawati, 2015

PENGARUH ATMOSPHERIC EXPERIENCES TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI THE RESTAURANT PADMA HOTEL BANDUNG

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

Peraturan Menteri Perdagangan Tahun 2013

Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataa

http://indonesia.travel diakses tanggal 30 Maret 2015, 16.30 WIB

http://kompas.com diakses 4 April 2015, 16.30 WIB

http://tripadvisor.com diakses 5 Februari 2015, 18.00 WIB

Nita Soniawati, 2015

PENGARUH ATMOSPHERIC EXPERIENCES TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI THE RESTAURANT PADMA HOTEL BANDUNG

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