

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan regresi linier berganda. Persepsi tamu hotel terhadap program *sustainable development* dalam menciptakan *corporate reputation* di Novotel Bandung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran persepsi tamu hotel terhadap program *sustainable development* di Novotel Bandung dapat dilihat dari masing-masing dimensinya yang terdiri dari *environmental*, *economic* dan *social* yang mendapat penilaian yang tinggi. Dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah *economic*. Hal tersebut dikarenakan bahwa kinerja program *sustainable development* dalam manajemen sistem telah memperoleh apresiasi atau tanggapan positif. Implementasi *economic* di Novotel Bandung adalah pemanfaatan atau pemberdayaan produk-produk dalam negeri atau lokal dalam tata ruang atau amenities hotel, menu-menu makanan tradisional atau lokal yang disajikan dan ditawarkan, produk-produk lokal yang ditawarkan pada *gift shop* Novotel Bandung hingga penyerapan tenaga kerja lokal untuk bekerja sebagai karyawan di Novotel Bandung.
2. Gambaran dari *corporate reputation* Novotel Bandung dapat dilihat dari masing-masing indikator yang terdiri dari *credibility*, *reliability* dan *responsibility* memiliki nilai yang tinggi. Kontribusi paling tinggi terdapat pada *credibility* (kredibilitas/reputasi). Hal ini dikarenakan persepsi tamu hotel menyatakan kepercayaannya terhadap *brand internasional* Novotel Bandung masih tinggi sehingga tamu hotel tidak ragu memilih menginap di hotel yang menurut persepsi dirinya dan orang lain berkredibilitas tinggi. Selain itu jika dilihat dari hasil garis kontinumnya *corporate reputation* berada pada kategori tinggi. Hal tersebut merupakan bukti bahwa reputasi Novotel Bandung sangat baik.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program *sustainable development* yang terdiri dari *environmental*, *economic* dan *social* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam menciptakan *corporate reputation* di Novotel Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai program *sustainable development* dalam menciptakan *corporate reputation* sebagai berikut ini:

1. Implementasi dari *sustainable development* yang terdiri dari *enviromental*, *economic* dan *social* harus lebih ditingkatkan lagi terutama untuk *social* yang mendapat nilai terendah. Oleh karena itu rekomendasi yang diberikan adalah agar pihak Novotel Bandung dapat meningkatkan kegiatan *social* dengan cara menciptakan isi pesan kampanye dikemas lebih menarik dan lebih komunikatif lagi. Seperti dengan adanya upaya kampanye dengan memberikan ingatan dan kesan baik serta mudah mengenang dibenak tamu hotel seperti mengajak tokoh berpengaruh di Kota Bandung yaitu walikota Bandung, publik figur atau budayawan terkemuka pada setiap *event* yang bertema *charity* tetapi disetiap kesempatan disampaikan bahwa pentingnya menyampaikan pesan ini untuk berkomitmen dan ikut berperan aktif menanggulangi isu sosial masyarakat pada tamu Novotel Bandung sehingga esensi pesan yang disampaikan pun akan lebih mudah diterima dan berkesan oleh tamu hotel. Hal tersebut diharapkan dengan adanya upaya inovasi tersebut menjadi nilai lebih dalam menciptakan reputasi Novotel Bandung.
2. *Corporate reputation* di Novotel Bandung yang mendapatkan nilai terendah terdapat pada *responsibility*. Hal ini menunjukkan ada beberapa hal yang harus diperbaiki pada kegiatan *responsibility* di Novotel Bandung diantaranya:
 - a. Novotel Bandung harus dapat meningkatkan kepeduliannya dalam memberikan donasi yang dipublikasikan di media cetak dan setiap harinya tersedia di kamar tamu dan restoran.

- b. Novotel Bandung harus dapat meningkatkan tanggung jawab terhadap keadaan lingkungan sekitar dengan stiker eksklusif yang tersedia di kamar tamu dan area hotel.
 - c. Hotel harus lebih peduli dengan adanya larangan merokok di kamar tamu dan restoran Novotel Bandung.
 - d. Hotel dapat lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap bencana alam yang selalu di informasikan pada tamu melalui media berita *online* dan media cetak.
3. Masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu disarankan kepada para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai persepsi tamu hotel terhadap program *sustainable development* dalam menciptakan *corporate reputation* untuk melakukan penelitian menggunakan teori yang ada didalam penelitian ini dengan metode yang berbeda atau melakukan penelitian pada objek yang berbeda. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian pada objek yang sama dengan menggunakan teori yang berbeda.