

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan regresi linier berganda, persepsi pengunjung mengenai pengaruh *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi dari *distinctive capabilities* terhadap *customer satisfaction* OOPEN *restaurant* hotel IBIS Trans Studio Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran persepsi pengunjung terhadap kinerja dari *distinctive capabilities* di OOPEN *restaurant* hotel IBIS Trans Studio Bandung dapat dilihat dari masing-masing dimensi yang terdiri dari *reputation* dan *innovation* mendapatkan penilaian yang baik. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi yakni *innovation*. Terjadi karena kinerja dari program *innovation* yang dilakukan telah terealisasi dengan baik, implementasi dari *innovation* itu sendiri di OOPEN *Restaurant* adalah inovasi akan produk dan jasa yang ditawarkan.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan mengenai kepuasan yang terdiri dari kinerja *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi dari *distinctive capabilities* yang dirasakan (*perceived*) dan yang diharapkan (*expected*) di OOPEN *Restaurant* Hotel IBIS Trans Studio Bandung, diperoleh hasil bahwa secara keseluruhan pengunjung sudah merasa puas terhadap kinerja program *distinctive capabilities*. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja dari *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi dari *distinctive capabilities* yang dijalankan sudah sesuai dengan harapan pengunjung. Merujuk pada kedua dimensi tersebut, disimpulkan bahwa dimensi yang memiliki kepuasan tertinggi adalah *innovation*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan antara *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi *distinctive capabilities* terhadap *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini menegaskan bahwa ketika suatu perusahaan dalam hal ini OOPEN *restaurant* memiliki reputasi

Bayu Eka Putra, 2016

**PENGARUH REPUTATION DAN INNOVATION SEBAGAI DIMENSI DISTINCTIVE CAPABILITIES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI OOPEN RESTAURANT HOTEL IBIS TRANS STUDIO BANDUNG**

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

dan inovasi yang dipersiapkan dan dikelola dengan baik dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengunjung.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi *distinctive capabilities* dalam menciptakan *customer satisfaction* sebagai berikut:

1. Implementasi dari *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi *distinctive capabilities* secara keseluruhan dinilai sudah cukup baik, dimensi *reputation* adalah dimensi yang mempunyai penilaian lebih rendah dibandingkan dengan *innovation*, oleh karena itu rekomendasi yang diberikan adalah agar pihak OOPEN Restaurant Hotel IBIS Trans Studio Bandung dapat meningkatkan reputasi dari OOPEN Restaurant itu sendiri, dengan melakukan pelatihan terhadap karyawan OOPEN Restaurant baik *service department* atau *kitchen* dengan fasilitas area *live cooking* bisa digunakan semaksimal mungkin, serta peningkatan kualitas produk, manajemen mempersiapkan hal baru yang bisa memberikan kesan yang lebih kepada konsumen yang berkunjung, agar dapat berdampak pada reputasi yang baik dan memberikan citra yang baik akan pengalaman saat atau akan berkunjung ke OOPEN Restaurant.
2. Secara keseluruhan, *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi *distinctive capabilities* yang dilakukan oleh pihak OOPEN Restaurant mendapat nilai yang baik, diharapkan seluruh *stake holder* OOPEN Restaurant dapat mempertahankan penilaian yang sudah baik dan meningkatkan kinerja yang dirasa kurang baik sehingga saling bersinergi terhadap kepuasan yang akan didapatkan oleh pengunjung OOPEN Restaurant Hotel IBIS Trans Studio Bandung.
3. Masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu disarankan kepada para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai persepsi pengunjung *restaurant* terhadap pengaruh *reputation* dan *innovation* sebagai dimensi dari *distinctive capabilities* terhadap *customer satisfaction* untuk melakukan penelitian menggunakan teori dan metode yang berbeda atau melakukan penelitian pada masalah yang berbeda, agar

Bayu Eka Putra, 2016

**PENGARUH REPUTATION DAN INNOVATION SEBAGAI DIMENSI DISTINCTIVE CAPABILITIES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI OOPEN RESTAURANT HOTEL IBIS TRANS STUDIO BANDUNG**

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

ditemukan berbagai temuan-temuan lain yang diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan OOPEN *restaurant* hotel IBIS Trans Studio Bandung.