

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan *path analysis* antara *corporate reputation* yang terdiri dari *trust, satisfaction, loyalty, commitment, quality employee and management, quality product and service* dan *attractiveness of the organizational* serta dampaknya terhadap *customer citizenship behavior* di Hotel Mercure Bandung Setiabudi maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan dari tamu *repeater* terhadap *corporate reputation* di Hotel Mercure Bandung Setiabudi dapat dilihat dari masing-masing dimensinya yang terdiri dari *trust, satisfaction, loyalty, commitment, quality employee and management, quality product and service* dan *attractiveness of the organizational* yang mendapat penilaian sangat tinggi. Dimensi *quality of product and service* memiliki skor tertinggi, hal tersebut merupakan bukti bahwa kinerja *corporate reputation* dari Hotel Mercure Bandung Setiabudi telah memperoleh apresiasi atau tanggapan positif.
2. Tanggapan dari tamu *repeater* terhadap *customer citizenship behavior* di Hotel Mercure Bandung Setiabudi masing-masing indikator yang terdiri dari *help other customer, help the organizational, altruism, courtes, civic virtue,* dan *concientiousness* memiliki nilai sangat tinggi. Kontribusi paling tinggi terdapat pada *help orgznizational*. Hal ini disebabkan karena tamu diberikan kemudahan oleh hotel untuk menyampaikan apa yang tamu rasakan berupa ide saran atau komentar kepada Hotel Mercure Bandung Setiabudi.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor pembentuk *corporate reputation* yang terdiri dari *trust, satisfaction, loyalty, commitment, quality employee and management, quality product and service* dan *attractiveness of the organizational* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer citizenship behavior* di Hotel Mercure Bandung Setiabudi.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari faktor-faktor pembentuk *corporate reputation* yang berdampak terhadap *customer citizenship behavior* sebagai berikut:

1. Implementasi dari faktor-faktor pembentuk *corporate reputation* yang terdiri dari *trust, satisfaction, loyalty, commitment, quality employee and management, quality of product and service* dan *attractiveness of the organizational* di Hotel Mercure Bandung sudah diimplementasikan dengan baik, tetapi menurut peneliti masih kurang difokuskan terlebih untuk dimensi yang memiliki nilai tanggapan tamu *repeater* paling rendah yaitu dimensi *attractiveness of the organizational*. Rekomendasi yang diberikan adalah agar pihak Hotel Mercure Bandung Setiabudi dapat merealisasikan program yang sudah direncanakan, dan meningkatkan program yang sudah ada. Program yang sudah ada dirubah dan disesuaikan jadwal nya dengan tanggal merah, sehingga pada saat program berjalan banyak tamu yang ikut berpartisipasi. Hal tersebut diharapkan menjadi nilai lebih bagi perusahaan untuk menciptakan serta meningkatkan *customer citizenship behavior*. Rekomendasi untuk dimensi yang paling tertinggi yaitu *quality product and service* yaitu dengan ditambahkan inovasi fasilitas di kamar, sehingga produk utama Hotel Mercure Bandung Setiabudi berbeda dengan hotel pesaing lainnya.
2. Perilaku *Customer citizenship behavior* pada tamu *repeater* di Hotel yang mendapatkan nilai terendah terdapat pada *altruism*. Hal ini menunjukkan ada beberapa hal yang harus ditingkatkan seperti perusahaan menilai dan mempertimbangkan kebutuhan tamu. Pada hal ini tamu diberikan kesempatan pengambilan peran, seperti melibatkan tamu dalam berbagai aktivitas untuk membantu orang lain. Rekomendasi untuk dimensi yang paling tinggi yaitu *help organizational* yaitu agar pihak hotel dapat menambah fasilitas tamu untuk berkomentar dan memberikan ide seperti *form guest comment online* sehingga tamu bisa memberikan komentar saat sedang diluar hotel, dan memberikan hadiah agar menjadi daya tarik tamu agar mau berkomentar.