

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif tentang variabel manajemen pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan intensi kunjungan ulang yang dilakukan pada hotel resort di Jawa Barat maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai manajemen pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan intensi kunjungan ulang pada hotel resort di Jawa Barat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Gambaran manajemen pengalaman pelanggan dalam penelitian ini menggunakan dimensi promosi, harga, produk, distribusi, dan *service*. Penelitian ini menggambarkan tingkat keunikan promosi yang dilaksanakan, tingkat harga yang ditawarkan, tingkat keunikan produk barang dan tingkat kenyamanan produk jasa yang ditawarkan hotel resort. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi yang memperoleh rata-rata skor tertinggi adalah produk yang berarti dimensi produk lebih mewakili variabel manajemen pengalaman pelanggan sedangkan Dimensi yang memperoleh rata-rata skor terendah adalah promosi. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa *customer experience* management lebih mampu digambarkan oleh produk.
  - b. Gambaran nilai pelanggan dalam penelitian ini menggunakan dimensi rasional, emosional, pengalaman, dan spiritual yang diukur melalui tingkat tinggi atau rendahnya setiap dimensi dengan indikator mereka masing-masing. Dimensi yang memperoleh rata-rata skor tertinggi adalah pengalaman dan dimensi yang memperoleh rata-rata skor terendah adalah

spiritual. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penilaian antar dimensi yang tidak jauh berbeda.

- c. Penelitian ini hanya menggunakan satu dimensi dalam menggambarkan variabel kepuasan pelanggan yaitu *meet expectation* yang dilihat berdasarkan tingkat kepuasan terhadap promosi dan harga yang ditawarkan, konsep dan pelayanan resort, kemudahan akses yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan ketika menginap di resort. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dimensi *meet expectation* dengan indikator yang terkandung di dalamnya mampu menggambarkan kepuasan pelanggan.
  - d. Penelitian ini dalam menjelaskan variabel pernyataan niat berkunjung kembali dengan dua dimensi yaitu *repeat purchase intention* dan *repurchase probability* yang dijelaskan berdasarkan tingkat tinggi dan rendahnya keinginan menginap kembali dalam menggambarkan *repeat purchase intention* dan tingkat tinggi dan rendahnya keinginan untuk merasakan kembali fasilitas yang ditawarkan resort, keinginan merencanakan untuk menginap kembali, keinginan untuk merasakan kembali pengalaman yang unik dan sulit dilupakan, dan niat untuk merekomendasikan hotel resort kepada orang lain.
2. Manajemen pengalaman pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap nilai pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat. Manajemen pengalaman pelanggan merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan nilai pelanggan. Dimensi manajemen pengalaman pelanggan dalam penelitian ini, yaitu promosi, harga, produk, distribusi, dan *service* terbukti secara efektif menciptakan nilai pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat.
  3. Manajemen pengalaman pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat. Manajemen pengalaman pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat harus menjadi fokus perhatian pihak manajemen dalam meningkatkan kualitas prod

Bachruddin Saleh Luturlean, 2017

ANALISIS MANAJEMEN PENGALAMAN PELANGGAN BERBASIS BUDAYA LOKAL PADA HOTEL RESORT DI JAWA BARAT

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

uk dan jasa yang ditawarkan, khususnya dimensi-dimensi yang diusulkan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, implementasi manajemen pengalaman pelanggan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Manajemen pengalaman pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap intensi kunjungan ulang pada hotel resort di Jawa Barat.

Intensi kunjungan ulang merupakan hasil dari setiap harapan manajemen perusahaan, khususnya pada industri hotel. Sehingga, manajemen pengalaman pelanggan merupakan strategi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan intensi kunjungan ulang perusahaan.

5. Nilai pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat. Berdasarkan hasil penelitian, variabel nilai pelanggan yang terdiri dari dimensi rasional, emosional, pengalaman, dan spiritual telah terbukti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan sangat penting bagi keberhasilan pemasaran, kerangka kerja yang dibangun berlandaskan hubungan dan interaksi yang tercipta dari pemahaman nilai pelanggan atas apa yang menjadi keinginan dan harapan pelanggan, sehingga tercapai kepuasan pelanggan.
6. Nilai pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap intensi kunjungan ulang pada hotel resort di Jawa Barat. Nilai pelanggan yang diterima oleh pengunjung secara keseluruhan dapat menjelaskan terpenuhinya harapan pelanggan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh hotel resort di Jawa Barat sehingga menimbulkan intensi kunjungan ulang pelanggan terhadap hotel resort tersebut.
7. Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap intensi kunjungan ulang pada hotel resort di Jawa Barat. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini terdiri dari dimensi *meet expectation*, yang artinya pelanggan merasa semua harapan yang diinginkan terhadap pelayanan secara keseluruhan dapat dipenuhi oleh manajemen

Bachruddin Saleh Luturlean, 2017

ANALISIS MANAJEMEN PENGALAMAN PELANGGAN BERBASIS BUDAYA LOKAL PADA HOTEL RESORT DI JAWA BARAT

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

hotel sehingga berpengaruh terhadap intensi kunjungan ulang pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat.

8. Manajemen pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan secara bersama terhadap kepuasan pelanggan pada hotel resort di Jawa Barat. Berdasarkan hasil penelitian dapat menjelaskan kinerja manajemen di industri hotel dalam bidang pemasaran pariwisata dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
9. Manajemen pengalaman pelanggan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan secara bersama terhadap intensi kunjungan ulang pada hotel resort di Jawa Barat. Penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience management*, *customer value*, *customer satisfaction* mampu mempengaruhi *revisit intention* dan mampu memberikan penilaian atas kinerja setiap dimensi yang ada untuk merasakan kembali fasilitas yang ditawarkan resort, keinginan merencanakan untuk menginap kembali, keinginan untuk merasakan kembali pengalaman yang unik dan sulit dilupakan, dan niat untuk merekomendasikan hotel resort kepada orang lain.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

### 5.2.1 Implikasi dan Rekomendasi kepada Hotel Resort Jawa Barat

Penelitian ini menghasilkan suatu temuan model manajemen pemasaran dalam pengelolaan bisnis industri hotel resort di Jawa Barat, sebagaimana Gambar 4.10. Temuan model dalam penelitian ini diberi nama “Model Manajemen Pengalaman Pelanggan” yang merupakan novelti hasil penelitian, dimana konstruk manajemen pengalaman pelanggan menentukan intensi kunjungan ulang yang ditopang oleh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dalam menyikapinya di industri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel Resort Jawa Barat dalam upaya meningkatkan intensi kunjungan berulang perlu melakukan peningkatan

Bachruddin Saleh Luturlean, 2017

ANALISIS MANAJEMEN PENGALAMAN PELANGGAN BERBASIS BUDAYA LOKAL PADA HOTEL RESORT DI JAWA BARAT

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

dalam manajemen pengalaman pelanggan yang kemudian akan meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan sehingga minat kunjungan berulang pada hotel resort turut meningkat. Hubungan keempat variable tersebut memberikan implikasi kepada manajemen hotel untuk lebih fokus terhadap *customer-oriented* dengan memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan agar memunculkan ikatan emosional pelanggan terhadap hotel resort. Keunggulan wilayah Jawa Barat dengan kuatnya nilai-nilai budaya lokal menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh manajemen hotel, karena dalam penelitian ini terbukti bahwa nilai budaya local Jawa Barat menjadi salah satu faktor yang dianggap dapat memicu ikatan emosional pelanggan. Sehingga, unsur budaya lokal harus menjadi orientasi hotel resort dalam manajemen pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan.

Peneliti juga merekomendasikan agar hotel resort lebih berani lagi untuk melakukan penambahan dan perbaikan dalam produk barang dan jasa yang disediakan sehingga mampu memberikan penilaian yang tinggi atas nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Diharapkan dengan setiap upaya yang dilakukan ke depannya dapat meningkatkan minat beli pengunjung untuk kembali berkunjung ke hotel resort Jawa Barat.

Hasil penelitian menunjukkan pentingnya pengelolaan data pelanggan yang baik dan benar oleh pihak manajemen. Berdasarkan hal tersebut peneliti memberikan saran kepada pihak manajemen yaitu:

1. Peneliti menyarankan agar pihak manajemen melakukan perbaikan dan melengkapi data pelanggan sehingga pada saat pelanggan yang melakukan kunjungan ulang datang, pelanggan akan merasakan pengalaman berbeda karena merasa dihargai bahwa pihak hotel resort masih mengingat kedatangan pelanggan sebelumnya.
2. Pihak pengelola disarankan memberikan penawaran berupa diskon harga, *voucher*, ataupun penawaran lain bagi pelanggan yang sudah sering menginap ataupun telah melakukan kunjungan ulang (minimal pernah dua kali menginap).

3. Pemberian hadiah ulang tahun pernikahan bagi pelanggan yang menggunakan hotel resort sebagai tempat akad maupun resepsi pada waktu pasangan tersebut menikah.
4. Pihak pengelola diharapkan selalu melakukan perbaikan dan peningkatan atas ruangan dan fasilitas yang disediakan baik berdasarkan saran pelanggan maupun melihat dari persaingan pasar yang semakin tinggi.
5. Penyediaan shuttle bus atau mobil bagi pelanggan yang ingin melakukan perjalanan wisata baik melalui kerja sama dengan pihak *tour and travel* maupun melalui penambahan divisi baru dalam jasa hotel resort yang disediakan.
6. Pemberian kejutan berupa bunga atau kue kecil sebagai ucapan selamat datang bagi pelanggan yang telah melakukan kunjungan atau menginap ulang di hotel resort.

Berdasarkan daerah yang diteliti maka peneliti memberikan rekomendasi kepada pengelola hotel resort di Jawa Barat berdasarkan lokasi kabupaten yaitu :

1. Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat

Pengelola hotel resort yang berlokasi di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat diharapkan mampu memberikan pelayanan yang meningkatkan pengalaman pelanggan seperti melalui penyediaan makanan khas asli bandung bagi pelanggan. Makanan khas dapat disediakan di depan sebagai *welcome snack* atau *welcome drink* maupun disediakan di kamar sebagai kejutan yang dirasakan menjadi pengalaman yang berbeda bagi pelanggan.

2. Kabupaten Sukabumi

Pengelola hotel resort di daerah Kabupaten Sukabumi disarankan mampu meningkatkan pelayanan melalui kerja sama dengan pihak-pihak pemilik jasa tour dan travel atau pemilik tempat wisata sehingga pelanggan memiliki pengalaman yang mudah untuk memperoleh akses wisata pantai yang ada di sekitar Kabupaten Sukabumi dari hotel resort tempat pelanggan menginap.

### 3. Kabupaten Garut

Pihak manajemen pengelola hotel resort yang berlokasi di Kabupaten Garut disarankan mampu meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pemberian oleh-oleh khas Garut kepada pelanggan agar dalam dirinya pelanggan merasa dihargai dan mengalami pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan menginap di hotel resort atau jenis penginapan lainnya.

### 4. Kabupaten Subang

Pengelola hotel resort di daerah Kabupaten Subang disarankan mampu meningkatkan pelayanan melalui kerja sama dengan pihak-pihak pemilik jasa tour dan travel atau pemilik tempat wisata sehingga pelanggan memiliki pengalaman yang mudah untuk memperoleh akses wisata pegunungan yang ada di sekitar Kabupaten Subang dari hotel resort tempat pelanggan menginap.

### 5. Kabupaten Cianjur

Pengelola hotel resort di daerah Kabupaten Cianjur disarankan mampu meningkatkan pelayanan melalui penyediaan makanan khas dan makanan yang diproduksi asli oleh rakyat Cianjur. Pihak manajemen juga diharapkan mampu melakukan kerja sama dengan pihak-pihak pemilik jasa tour dan travel atau pemilik tempat wisata sehingga pelanggan memiliki pengalaman yang mudah untuk memperoleh akses wisata yang ada di sekitar Kabupaten Cianjur dari hotel resort tempat pelanggan menginap.

## 5.2.2 Implikasi dan Rekomendasi kepada Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini memberikan informasi dan gambaran tentang pemasaran pariwisata khususnya *customer experience management*, *customer value*, *customer satisfaction*, dan *revisit intention*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel *Customer experience management* dan *customer value* dapat menimbulkan ikatan emosional (*emotional engagement*) pada pelanggan, sehingga muncul *customer*

Bachruddin Saleh Luturlean, 2017

ANALISIS MANAJEMEN PENGALAMAN PELANGGAN BERBASIS BUDAYA LOKAL PADA HOTEL RESORT DI JAWA BARAT

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

*satisfaction* dan berdampak terhadap tingkat *revisit intention* pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terkait penelitian manajemen pemasaran di sector pariwisata. Banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti menghasilkan harapan bahwa peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan lebih sempurna. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang menjadi kemungkinan dapat meningkatkan minat kunjungan berulang bagi hotel resort yang terdapat di Jawa Barat. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah serta aspek kebudayaan di Indonesia, mengingat keanekaragaman budaya Indonesia menjadialah satu faktor yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.