

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), antara *involvement*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort, maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *involvement* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang terdiri *interest* berada di kategori tinggi. Hal ini berarti keterlibatan para member dengan Bandung Giri Gahana Golf & Resort memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi hal ini bisa dilihat dari tingkat penggunaan fasilitas-fasilitas yang disediakan di Bandung Giri Gahana Golf & Resort oleh para member, frekuensi bermain, serta tingkat keikutsertaan para member dalam event-event yang diselenggarakan Bandung Giri Gahana Golf & Resort.
2. Tanggapan responden mengenai *service quality* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*. Penilaian tertinggi ada pada *tangibles*, Bandung Giri Gahana Golf & Resort memiliki area yang luas begitupun dengan area parkirnya yang luas, selain itu Bandung Giri Gahana Golf & Resort memiliki kualitas kondisi fisik lapangan golf bertaraf internasional yang memiliki 18 *holes* yang dirancang oleh Austro Asian Golf & Association, menggunakan jenis rumput *Bermuda Grass* untuk di *fairways* dan *Bent Grass* untuk di *greens* Bandung Giri Gahana Golf & Resort menggunakan bahan, peralatan, dan perawatan yang maksimal untuk terus memberikan kualitas serta kenyamanan bagi para member saat berada di lapangan. dan *clubhouse* yang baik dengan segala fasilitasnya. Sedangkan nilai terendah yaitu *assurance*, hal ini dapat terjadi karena tidak semua karyawan memiliki *product knowledge* yang baik sehingga berdampak pada kemampuan dalam memberikan rasa nyaman dan percaya pada partisipan.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLVEMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

3. Tanggapan responden mengenai *perceived value* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price* dan *receiving what you have paid for*. Penilaian tertinggi ada pada *receiving what you want*, Bandung Giri Gahana Golf & Resort memiliki memilikiberbagaifasilitas yang menunjangkegiatan *leisure* sepertikolamrenang, spa, *outbound*, meeting, *clubhouse* dengan fasilitas hotel, *cottage*, lapangan tenis, restorandllsehinggamemberikannilai yang baik dengan segala fasilitasnya yang mampu memberikan apa yang dibutuhkan para member dalam rangka memenuhi kegiatan *leisure*. Sedangkannilaiterendahyaitureceiving what you have paid for, hal inidapatterjadi karena persepsi mengenai harga yang di tawarkan di Bandung Giri Gahana Golf & Resort dan segala bentuk biaya yang mereka keluarkan dibandingkan dengan apa yang mereka dapatkan berbeda beda bagi setiap individunya.
4. Tanggapanrespondenmengenai*intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang terdiridari*repurchase*, *valuable* dan *attractive service*. Penilaiantertinggiadalah*repurchase*, Bandung GiriGahanaGolf & Resort memilikikualitas pelayanan dan kondisi lapangan dan *clubhouse* yang baikserta memiliki berbagaifasilitas yang menunjangsepertikolamrenang, spa, *outbound*, meeting, *clubhouse* dengan fasilitas hotel, *cottage*, lapangan tenis, restorandllsehinggamemberikannilai yang berbedadengan club lain yang membuat para member merasabahwaklubmerekamemberikannilailebih sehingga memungkinkanbagipara member untukmemperbaharuikeanggotaanmereka.Sedangkannilaiterendahyaitu*valuable*, hal inidapatterjadi karena para member memiliki aktivitas rekreasi lain selain bermain golf sehingga golf bukanlah menjadi prioritas utama bagi mereka.
5. Berdasarkanpengujianhipotesismenunjukkanbahwainvolvementyang terdiri dari *interest* memilikipengaruh yang signifikanterhadap*intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resortbaiksecarasimultanmaupunparsial.
6. Baik secarasimultanmaupun parsial, terdapatpengaruh yang signifikanantaraservice quality yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*,

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

responsiveness dan *assurance* terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Namun, *service quality* memiliki pengaruh negatif terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

7. Secara simultan dan parsial, terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived value* yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price* dan *receiving what you have paid for* terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.
8. Pengujian hipotesis kepada tiga variabel menunjukkan bahwa *involvement*, *service quality* dan *perceived value* memiliki pengaruh terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort baik secara simultan maupun parsial. Jika Bandung Giri Gahana Golf & Resort terus memperhatikan indikator-indikator dari *involvement*, *service quality* dan *perceived value* maka akan berdampak positif pada keinginan para member untuk memperbaharui keanggotaan mereka.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *involvement*, *service quality* dan *perceived value* terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yaitu :

1. Tanggapan para member terhadap *involvement* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang terdiri dari *interest* mendapatkan penilaian baik, namun frekuensi bermain golf para member mendapat penilaian paling rendah, di mana saat ini banyak lapangan-lapangan lama yang melakukan berbagai renovasi sehingga para partisipan tertarik untuk bermain di *golf course* lain. Maka sebaiknya Bandung Giri Gahana Golf & Resort melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan frekuensi bermain para partisipan di Bandung Giri Gahana Golf & Resort seperti membuat pertandingan-pertandingan maupun event-event yang menarik dan berbeda dari event-event yang sudah ada dengan memanfaatkan segala fasilitas yang ada di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLVEMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

2. Berdasarkan tanggapan para member terhadap *service quality* dapat diketahui bahwa dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu dimensi *assurance*, hal ini dapat terjadi karena tidak semua karyawan memiliki *product knowledge* yang baik sehingga berdampak pada kemampuan dalam memberikan rasa nyaman dan percaya pada partisipan. Maka sebaiknya Bandung Giri Gahana lebih memperhatikan setiap karyawan yang berhubungan langsung dengan para partisipan dengan memberikan pembekalan mengenai segala hal tentang dunia golf agar para karyawan dapat menguasai produk dengan baik sehingga akan menimbulkan rasa percaya yang lebih tinggi dari para partisipan.
3. Berdasarkan tanggapan para member terhadap *perceived value* dapat diketahui bahwa dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu dimensi *receiving what you have paid for*, hal ini dapat terjadi karena persepsi mengenai harga yang di tawarkan di Bandung Giri Gahana Golf & Resort dan segala bentuk biaya yang mereka keluarkan dibandingkan dengan apa yang mereka dapatkan berbeda beda bagi setiap individunya. Maka dari itu pihak Bandung Giri Gahana Golf & Resort sebaiknya lebih memperhatikan secara lebih detail lagi kebutuhan serta keinginan para partisipannya agar dapat menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan apa yang partisipan harapkan dari segi manfaat dan dari segi *monetary cost* maupun *non monetary cost* yang mereka keluarkan.
4. Berdasarkan tanggapan para member terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort memiliki penilaian tertinggi dari para partisipan, namun dimensi *valuable* memiliki penilaian yang paling rendah, hal ini dapat terjadi karena para member memiliki aktivitas rekreasi lain selain bermain golf sehingga golf bukanlah menjadi prioritas utama bagi mereka. Maka dari itu pihak Bandung Giri Gahana Golf & Resort sebaiknya lebih memanfaatkan lagi segala fasilitas yang ada di Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang tidak dimiliki oleh klub lain sehingga Bandung Giri Gahana Golf & Resort dapat menyediakan segala kegiatan *leisure* dalam satu tempat.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

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

5. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *involvement*, *service quality* dan *perceived value* dapat mempengaruhi *intent to renew membership* sehingga diharapkan pihak Bandung Giri Gahana Golf & Resort terus memperhatikan serta meningkatkan keterlibatan para member (*involvement*), kualitas layanan (*service quality*) khususnya yang berkaitan dengan tiga aspek lapangan golf yaitu kualitas desain lapangan golf, kualitas pemeliharaan lapangan golf, kualitas pengalaman bermain dan *perceived value*.
6. Penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan seperti pengkajian teori yang belum lengkap dikarenakan teori-teori mengenai variabel yang digunakan seperti *involvement* dan *intent to renew membership* khususnya di bidang *sport tourism* yang sumbernya terbatas. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya diharapkan dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *intent to renew membership*.