

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif dan verifikatif dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *customer experience* di Novotel Bogor yang terdiri dari *aesthetic experience*, *escapism*, *entertainment* dan *education* memiliki penilaian yang baik atau berada di kategori tertinggi dari para tamu yang menginap. Dimensi yang mendapat penilaian skor rata-rata tertinggi adalah *Aesthetic experience*. *Aesthetic experience* memiliki skor rata-rata yang tertinggi dari para tamu yang menginap di Novotel Bogor karena hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai estetik atau keindahan Hotel Novotel Bogor menjadi nilai plus dan daya tarik tamu hotel, *esthetics* (keindahan) adalah dimensi yang berasal dari keindahan lingkungan fisik yang dirasakan oleh wisatawan melalui panca indera saat berkunjung ke suatu destinasi wisata. Sedangkan dimensi dengan skor rata-rata terendah adalah *education*, Hal ini menunjukkan dirasa kurang membantu dalam hal *customer experience* di Novotel Bogor, dengan demikian pihak hotel harus memberi perhatian khusus untuk mengembangkan produk dengan memberikan edukasi sehingga membangun pengalaman yang dirasa lebih menarik.
2. Hasil dari *revisit intention* di Novotel Bogor berada pada penilaian yang sedang atau berada di kategori cukup dari para tamu yang menginap di Novotel Bogor, dan diketahui bahwa yang memiliki skor tertinggi adalah keinginan tamu untuk menginap kembali ke Hotel Novotel Bogor. hal ini dapat dikatakan bahwa daya tarik dari Novotel Bogor sangat memiliki faktor yang sangat penting terhadap *revisit intention* para tamu. Adapun faktor penarik yang menarik tamu untuk kembali menginap di Hotel Novotel Bogor yaitu semata-mata untuk mencari udara segar yang ditawarkan lingkungan sekitar Hotel Novotel Bogor. Sedangkan skor rata-rata terendah adalah keinginan untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada orang lain. Berdasarkan hal itu maka dapat

dikatakan bahwa para tamu kurang memiliki rasa ingin merekomendasikan Novotel Bogor kepada orang lain.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, bahwa terdapat pengaruh antara *customer experience* terhadap *revisit intention* di Novotel Bogor. Artinya semakin baik *customer experience* yang ada maka akan semakin mempengaruhi *revisit intention* di Novotel Bogor, diantara keempat dimensi yang ada di *customer experience* terdapat dua dimensi yang berpengaruh terhadap *revisit intention* yaitu *aesthetic experience* dan *entertainment*. Sedangkan dua dimensi lainnya yaitu *escapism* dan *education* tidak memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* di Novotel Bogor.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan skor terendah dalam *aesthetic experience* adalah keunikan karakter Hotel Novotel Bogor. Maka dari pada itu sebaiknya Novotel Bogor lebih memperhatikan kembali keunikan karakter dari Novotel Bogor seperti membuat hiburan yang bertemakan alam, selain itu harus lebih memperhatikan dan menonjolkan keuntungan dan keunikan dari produk seperti menambah fasilitas-fasilitas yang dapat membuat tamu lebih merasa senang menginap di hotel dan jasa seperti lebih selektif lagi dalam menempatkan staf yang memiliki kemampuan pada bidangnya masing-masing dan berpenampilan lebih menarik lagi, hal apa saja yang unik sehingga dapat menarik minat tamu untuk menggunakan produk dan jasa Novotel Bogor.
2. Hasil penelitian yang menunjukkan pada *escapism* memiliki skor yang terendah dimana pada item pertanyaan berada di surga saat menginap di Hotel Novotel Bogor atau berada di dunia yang berbeda, Berdasarkan hasil observasi peneliti tanggapan tamu individu terhadap indikator *different world* mendapatkan skor paling rendah karena fasilitas yang ditawarkan Hotel Novotel Bogor memang kurang unik. Selain itu, indikator *different world* mendapatkan skor terendah karena beberapa tamu mengeluhkan bahwa kamar mandi terlalu kecil, serta

kebersihan, tempat tidur, dan kesunyian hotel seharusnya lebih ditingkatkan. Oleh karena itu Novotel Bogor harus lebih memperlihatkan keseriusan dalam menata dan mengelola fasilitas-fasilitas hotel agar terjaga dan lebih nyaman untuk tamu melakukan kegiatan selama menginap di hotel Novotel Bogor

3. Hasil penelitian yang menunjukkan skor terendah dalam *entertainment* adalah pertanyaan *interesting* mendapatkan skor paling rendah karena memang tamu yang menginap di Hotel Novotel Bogor adalah tamu yang ingin mencari ketenangan dan suasana menginap di alam. Sehingga tidak ada hiburan meriah atau menarik yang tersedia seperti menonton sebuah pertunjukan dan menikmati fasilitas hiburan yang ada. Maka dari pada itu sebaiknya Novotel Bogor lebih memperhatikan kembali ketersediaan hiburan seperti pertunjukan seni atau pameran dan juga menambah fasilitas lainnya yang dapat menghibur para tamu dan juga menambah fasilitas-fasilitas hiburan lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan tamu.
4. Hasil penelitian yang menunjukkan skor terendah dalam *education* adalah *learn a lot* atau tingkat banyaknya hal yang dipelajari tamu saat menginap di Hotel Novotel Bogor, tidak banyak hal baru yang dipelajari oleh tamu saat menginap di Hotel Novotel Bogor karena memang hotel tidak menyediakan wisata edukasi. Maka dari pada itu sebaiknya Novotel Bogor lebih menonjolkan informasi mengenai alam dan pentingnya menjaga lingkungan di sekitar kawasan hotel karena hal itu dapat menjadikannya edukasi bagi tamu di Novotel Bogor.
5. *Revisit intention* di Novotel Bogor yang mendapat penilaian skor terendah adalah keinginan untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada orang lain, Maka dari pada itu sebaiknya Novotel Bogor lebih meningkatkan pelayanan dan menonjolkan lagi keunikan dari hotel yang ramah lingkungan kepada para tamu agar pengalaman yang didapat terasa lebih berkesan dan meningkatkan keinginan para tamu untuk merekomendasikannya kepada orang lain.
6. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, bahwa terdapat pengaruh antara *customer experience* terhadap *revisit intention* di Novotel Bogor. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan pada hasil pengujian hipotesis yang

telah dilakukan dimana secara nilai F_{hitung} yang diperoleh melalui analisis regresi berganda lebih besar dibandingkan dengan F_{tabel} , artinya semakin baik *customer experience* yang ada maka akan semakin mempengaruhi *revisit intention* para tam di Novotel Bogor, diantara keempat dimensi yang ada di *customer experience* yang paling berpengaruh adalah *entertainment*. Oleh karena itu Novotel Bogor sebaiknya lebih memperhatikan sarana hiburan seperti pertunjukan dan menikmati fasilitas hiburan lainnya yang ada yang biasanya para tamu ikut terlibat dan berpartisipasi. karena hal ini lah sangat berpengaruh terhadap *revisit intention* di Novotel Bogor.

7. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Hasil penelitian ini disadari belum menjawab dengan tuntas mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan keterbatasan pada penelitian ini, maka disarankan untuk mengadakan penelitian lanjutan untuk dapat meneliti mengenai faktor lain selain dari *customer experience*, seperti *product development*, *costumer behavior* untuk meningkatkan *revisit intention* di Novotel Bogor.