

## BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *memorable hotel experience* terhadap *revisit intention* di Padma Hotel Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan responden mengenai *memorable hotel experience* di Padma Hotel Bandung yang terdiri dari *attitude of the staff*, *room*, *location of the accommodation*, dan *breakfast* memiliki penilaian yang sangat baik dari para tamu yang menginap. Hal tersebut dibuktikan dengan perolehan skor sejumlah 5.757 dari skor ideal 6.500 yang menunjukkan kategori sangat tinggi pada garis kontinum. Dimensi yang memiliki nilai tertinggi yaitu *room*. Perolehan nilai tertinggi tersebut diukur melalui tingkat kebersihan kamar hotel, kenyamanan yang dirasakan tamu saat berada di kamar hotel, kelengkapan fasilitas kamar, hingga kemenarikan desain kamar. Hal demikian menunjukkan bahwa *room* sebagai produk inti hotel dinilai sangat baik oleh tamu di Padma Hotel Bandung. Sementara nilai persentase terendah terdapat pada dimensi *location of the accommodation* yang diukur berdasarkan tingkat kedekatan jarak hotel dengan tempat wisata, kemudahan akses menuju hotel, dan ketersediaan sarana transportasi dari hotel menuju tempat wisata. Hal tersebut disebabkan karena Padma Hotel Bandung adalah hotel yang memiliki keunikan tersendiri dengan lokasi yang berada di bawah permukaan tanah dengan nuansa alam khas perbukitan. Dengan memiliki *tagline* “*experience nature in total comfort*”, Padma Hotel Bandung berusaha mempertahankan keasrian lingkungan di sekitar hotel, sehingga letak hotel tidak begitu dekat dengan tempat wisata dengan jalan yang tidak dilewati oleh sarana transportasi umum. Namun di sisi lain, hal tersebut bertujuan agar Padma Hotel Bandung tetap dapat mempertahankan kenyamanan tamunya selama menginap.
2. Hasil dari tanggapan mengenai *revisit intention* yang terdiri dari *willingness to revisit* dan *willingness to recommend* mendapatkan nilai yang sangat baik dari tamu di Padma Hotel Bandung. Hal tersebut terbukti dari perolehan skor sejumlah 950 dari skor ideal 1000 yang menunjukkan kategori sangat tinggi pada garis kontinum. Penilaian tersebut diukur berdasarkan kesediaan tamu

untuk berkunjung kembali ke hotel di kemudian hari serta kesediaan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. *Willingness to recommend* ini memperoleh skor dengan persentase tertinggi. Sementara *willingness to revisit* atau keinginan untuk berkunjung kembali ke hotel mendapat skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang menginap di Padma Hotel Bandung cenderung lebih bersedia untuk merekomendasikan hotel ini kepada orang lain dibandingkan kembali menginap di hotel. Hal demikian dapat terjadi karena tamu ingin merasakan pengalaman di hotel lain akibat banyaknya pilihan hotel, meskipun mereka telah menilai baik Padma Hotel Bandung bahkan hingga berniat untuk merekomendasikan kepada orang lain.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, terdapat pengaruh antara *memorable hotel experience* terhadap *revisit intention*. Tiga dari empat dimensi dari *memorable hotel experience* yang terdiri dari *room*, *location of the accommodation*, dan *breakfast* masing-masing berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Urutan dimensi dari yang memiliki pengaruh dengan signifikansi yang tinggi hingga rendah yaitu *breakfast*, *location of the accommodation*, dan *room*. Sedangkan dimensi *attitude of the staff* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*. Hal tersebut dapat disebabkan karena *attitude of the staff* yang dirasakan oleh tamu yang menginap di Padma Hotel Bandung tidak berbeda jauh dengan hotel-hotel lain, sehingga tidak begitu mendapatkan pengalaman yang berkesan terhadap etika staf.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat menjadi bahan pertimbangan oleh beberapa pihak sebagai berikut.

1. Rekomendasi bagi Praktisi

*Memorable hotel experience* terbukti berpengaruh terhadap *revisit intention* di Padma Hotel Bandung. *Breakfast* memiliki pengaruh dengan nilai yang paling tinggi terhadap *revisit intention*. Dengan demikian, Padma Hotel Bandung perlu mempertahankan implementasi dari dimensi *breakfast* pada variabel *memorable hotel experience* ini. Sementara *attitude of the staff* memiliki pengaruh yang tidak

signifikan terhadap *revisit intention*. Hasil penelitian yang menunjukkan skor terendah dalam dimensi *attitude of the staff* ini adalah kemampuan staf dalam memecahkan masalah yang dihadapi tamu. Maka dari itu sebaiknya pihak manajemen Padma Hotel Bandung khususnya HRD perlu meningkatkan program pelatihan (*training*) kepada staf mengenai cara memecahkan masalah yang dihadapi tamu. Program pelatihan ini dapat dilaksanakan oleh pihak HRD maupun oleh masing-masing departemen.

*Revisit intention* di Padma Hotel Bandung yang mendapat skor terendah adalah *willingness to revisit* atau kesediaan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pihak Padma Hotel Bandung sebaiknya meningkatkan pelayanan, kualitas produk, mengembangkan promosi, serta menonjolkan lagi keunikan dari hotel yang bertema alam ini kepada tamu agar pengalaman yang didapat terasa lebih berkesan dan meningkatkan tamu untuk kembali berkunjung.

## 2. Rekomendasi bagi Akademisi

Pada penelitian ini hanya mengukur *memorable hotel experience* saja untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *revisit intention* di Padma Hotel Bandung. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel maupun metode yang berbeda dengan penelitian ini untuk dapat memprediksi faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap *revisit intention*.