

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Secara keseluruhan, *customer value* di Aston Tropicana Hotel Bandung mendapatkan penilaian dengan kategori tinggi dari tamu individu yang menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung sebagai responden dalam penelitian ini. *Customer value* di Aston Tropicana Hotel Bandung meliputi *product benefit*, *services benefit*, *personnel benefit* dan *image benefit*. Nilai tertinggi pada *customer value* terdapat pada *product benefit*, penilaian tersebut diukur berdasarkan keragaman fasilitas hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan hal ini menunjukkan bahwa fasilitas hotel yang dimiliki oleh Aston Tropicana Hotel Bandung yang diantaranya memiliki fasilitas mulai dari *restaurant*, *lounge*, *pool bar & swimming pool*, *spa*, *fitness centre*, *boutique*, *wine shop* dan *café&karaoke* sudah dinilai baik oleh tamu individu yang menginap. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada *image benefit*, penilaian tersebut diukur berdasarkan kesesuaian pemenuhan janji hotel yaitu memberikan pengalaman yang mengesankan pada

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

saat menginap dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan, hal ini dikarenakan tamu individu yang menginap terkadang tidak mendapatkan kamar yang mereka dapatkan sesuai dengan kamar yang dipesan sebelumnya melalui online booking hal ini karena tipe kamar yang paling tinggi di Aston Tropicana Hotel yaitu *junior suite* dan *tropicana suite* mempunyai jumlah paling sedikit diantara tipe kamar lainnya sedangkan banyak tamu yang memesan kamar tersebut tidak sebanding dengan jumlah kamar yang tersedia.

2. Secara keseluruhan, keputusan menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung mendapat penilaian dengan kategori tinggi dari tamu individu yang menginap. Keputusan menginap terdiri dari *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing*, dan *payment method*. Dimensi *daler choice* atau pemilihan saluran reservasi mendapat penilaian tertinggi hal ini menunjukkan bahwa saluran reservasi yang disediakan oleh Aston Tropicana Hotel Bandung cukup beragam sehingga dinilai memberi kemudahan bagi tamu yang melakukan pemesanan kamar hotel. Penilaian terendah terdapat pada dimensi *purchase amount* yang diukur dari frekuensi pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *customer value* terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana

Hotel, hal ini terlihat bahwa semakin tinggi *customer value* maka semakin tinggi pula keputusan tamu untuk menginap.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa hal untuk pihak Aston Tropicana Hotel yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penilaian tamu mengenai *customer value*, indikator kesesuaian pemenuhan janji hotel yaitu memberikan pengalaman yang mengesankan pada saat menginap dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan mendapatkan penilaian rendah dari tamu individu yang menginap. Oleh karena itu sebaiknya pihak Aston Tropicana Hotel Bandung untuk selalu mengontrol atau mengawasi ketersediaan jumlah kamar yang dicantumkan pada *online booking* atau website hotel terutama untuk tipe kamar *junior suite* dan *tropicana suite* agar tidak terjadi kesalah pahaman saat melakukan proses pemesanan kamar yang menyebabkan kekecewaan pada tamu yang menginap.
2. Keputusan menginap dengan dimensi *purchase amount* memiliki penilaian yang rendah yaitu pada pernyataan frekuensi pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung, hal ini menunjukkan bahwa masih belum terlalu banyak tamu yang sering menginap di Aston Tropicana Hotel. Oleh karena itu sebaiknya pihak Aston Tropicana

Hotel selain melakukan promosi yang menarik, juga dapat memberikan pengalaman yang mengesankan bahkan melebihi ekspektasi tamu yang menginap agar tamu menjadikan Aston Tropicana Hotel dijadikan sebagai pilihan tamu yang utama sebagai tempat untuk menginap.

3. Setiap penelitian tentunya mempunyai kekurangan tersendiri, keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya melakukan penelitian pada tamu individu yang menginap. Maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya terhadap seluruh jenis tamu yang menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung.