

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Peran *customer retention* di industri perhotelan sangat penting, hal ini dapat dilihat karena banyak temuan peneliti sebelumnya yang mendefinisikan bahwa *customer retention* digunakan untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan. *Customer retention* juga dapat memicu perkembangan komitmen untuk terus melakukan bisnis pada perusahaan tertentu secara berkelanjutan. Sehingga dengan adanya *customer retention* dapat memunculkan keinginan pelanggan untuk membeli, komitmen, kepercayaan, kesediaan untuk merekomendasikan, dan niat membeli kembali. Dengan memahami konsep *customer retention* di industri perhotelan maka ditemukanlah beberapa masukan untuk *stakeholder* dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai *customer retention*. Penelitian ini menggunakan *systematic Literature review* untuk mengetahui penerapan *customer retention* di industri perhotelan dengan menjabarkan penelitian terdahulu mengenai *customer retention* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* di industri perhotelan.

Dari data yang sudah dikumpulkan, penelitian ini berhasil menjawab dua pertanyaan penelitian. Dari studi sepuluh tahun terakhir terkait *customer retention* di industri perhotelan diketahui bahwa penelitian ini dilakukan di berbagai negara yaitu Malaysia, India, Yordania, China, Pakistan, Kenya, Meksiko, Korea, dan Maroko. Dari hasil penelitian di industri perhotelan yang banyak diteliti terkait *customer retention* dapat kita ketahui bahwa Malaysia menjadi salah satu negara yang dapat dikategorikan sebagai penelitian yang membahas tentang kualitas layanan hotel seperti situs web dan kamar yang dapat berpengaruh terhadap *customer retention* di industri perhotelan Malaysia. Kemudian dua penelitian lain dilakukan di India dan Yordania yang membahas mengenai program *customer relationship management* dan beberapa definisi *customer retention* di industri

**Arvega Syah Walda Putra, 2022**

**ANALISIS CUSTOMER RETENTION PADA INDUSTRI PERHOTELAN DALAM RUANG  
LINGKUP GLOBAL (SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW)**

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

perhotelan. Studi lain dilakukan di berbagai negara seperti China, Pakistan, Kenya, Maroko, Korea, dan juga Meksiko. Semua studi yang dilakukan di negara-negara tersebut lebih sering berfokus pada penelitian yang membahas mengenai beberapa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan *customer retention* dan juga pentingnya program *customer relationship management* terhadap *customer retention* di tiap industri perhotelan.

Kemudian, faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* juga ditemukan di dalam penelitian sebelumnya dimana terdapat 20 faktor. Dari hasil identifikasi pada penelitian sebelumnya banyak dikaitkan dengan *service quality*, *customer experience*, *customer satisfaction*, *word of mouth*, *loyalty program*, *customer relationship management*, *social media marketing*, *revisit intention*, *customer engagement*, *marketing communication*, *pricing*, *brand loyalty*, *customer behavior intention*, *attraction*, *physical environment*, *perceived value*, *customer service*, *f&b quality*, *customer trust*, dan *customer orientation*. Kemudian faktor-faktor tersebut peneliti kelompokkan menjadi 2 topik penelitian yaitu Faktor faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif konsumen dan Faktor faktor yang mempengaruhi *customer retention* dari perspektif organisasi atau industri.

### **5.3 Keterbatasan dan Implikasi Penelitian**

Studi ini difokuskan untuk memahami pembahasan mengenai *customer retention* pada artikel terdahulu serta faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* di industri perhotelan melalui tinjauan literatur sistematis dari artikel yang relevan. Setiap penelitian memiliki keterbatasan, sama halnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan selama penelitian dapat menjadi arahan untuk peneliti selanjutnya dalam melangkapi studi, penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian dilakukan hanya berfokus pada studi 10 tahun terakhir, penelitian terbatas hanya mengidentifikasi 20 artikel yang relevan, keterbatasan penelitian juga terdapat pada pertanyaan penelitian yang hanya berfokus pada 2 pertanyaan penelitian.

Dari kesimpulan yang ditarik penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang pemasaran di industri perhotelan dan penelitian lanjutan, sehubungan dengan hal tersebut maka implikasi dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Implikasi Penelitian bagi Literatur Pemasaran Pariwisata

Penelitian ini menjadi dasar pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata yang berkaitan dengan penerapan *customer retention* di industri perhotelan, dimana dapat mengembangkan penelitian lanjutan bagi peneliti berikutnya. Selain itu, penelitian ini dapat mengembangkan studi *customer retention* dengan menggunakan metode *systematic literature review* dengan mengidentifikasi penelitian – penelitian terdahulu.

2. Implikasi Penelitian bagi Stakeholder Industri Perhotelan

Hasil penelitian ini memberikan sumbangan dalam aspek praktis dalam pengetahuan mengenai *customer retention* di industri perhotelan untuk memberikan masukan kepada *stakeholder* industri perhotelan dalam mengetahui penerapan studi *customer retention* di industri perhotelan.

### 5.3 Rekomendasi

Temuan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesempatan untuk penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti merangkumnya sebagai berikut:

1. Dengan adanya beberapa kekurangan dalam penelitian ini maka membuka kesempatan untuk lebih mendalami penelitian mengenai penerapan *customer retention* di industri perhotelan dengan membandingkan studi yang sudah ada dari rentang waktu 10 tahun kebelakang, agar membantu dalam membandingkan studi-studi yang sudah ada dari tahun ke tahun dengan memperhatikan perbedaan dan persamaan dari studi tersebut.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti lebih banyak artikel dan juga dengan membuat pertanyaan yang berbeda dan lebih variatif agar hasil penelitiannya dapat lebih mudah untuk di generalisasi. Sehingga dapat membantu *stakeholder* dalam merancang dan menyusun pengembangan strategi yang efektif dalam meningkatkan *customer retention* di suatu industri hotel.

**Arvega Syah Walda Putra, 2022**

**ANALISIS CUSTOMER RETENTION PADA INDUSTRI PERHOTELAN DALAM RUANG LINGKUP GLOBAL (SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW)**

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

3. Penelitian ini juga membuka kesempatan kedepannya untuk memperjelas temuan terkait *customer retention* di konteks industri pariwisata lain seperti destinasi, *f&b*, *sports tourism*, dan *airlines*.