

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis baik secara deskriptif maupun verifikatif antara upaya meningkatkan loyalitas pelanggan Royal Vanessa Hotel melalui pelaksanaan program *continuity marketing* dan program *one to one marketing* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan program *continuity marketing* di Royal Vanessa Hotel secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari tamu. Indikator dari program *continuity marketing* yang mendapatkan penilaian paling tinggi dari tamu adalah manfaat pemberian *late check out*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kebanyakan tamu yang menginap di Royal Vanessa Hotel yang sebagian besar untuk melakukan kegiatan bisnis sangat memerlukan *late check out* karena terkadang kegiatan bisnis mereka melewati batas waktu *check out* yang ditentukan sehingga mereka merasa sangat bermanfaat dengan diberikannya fasilitas *late check out*. Mereka tidak harus terburu-buru melakukan *check out* apabila kegiatan bisnis mereka melewati batas waktu *check out* yang ditentukan oleh hotel. Sedangkan penilaian akan indikator yang lain mendapatkan penilaian yang cukup baik.
2. Pelaksanaan program *one to one marketing* di Royal Vanessa Hotel secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari tamu. Indikator dari program *one to one marketing* yang mendapatkan penilaian paling tinggi dari tamu

adalah kecepatan karyawan dalam melayani tamu secara individu. Hal ini dapat menunjukkan bahwa mayoritas tamu yang menginap dengan tujuan melakukan kegiatan bisnis. Mereka sangat memanfaatkan waktu mereka sehingga mereka menyukai kecepatan karyawan dalam melayani kebutuhan keinginan mereka secara individu.

3. Tanggapan penilaian loyalitas pelanggan Royal Vanessa Hotel rata-rata baik. Penilaian yang paling tinggi yaitu pada sub variabel *attitude*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sikap tamu terhadap Royal Vanessa Hotel tinggi sehingga dapat tercipta *emotional bonding* (ikatan emosional) antara tamu dengan perusahaan.
4. Terdapat pengaruh antara program *continuity marketing* dan program *one to one marketing* terhadap loyalitas pelanggan Royal Vanessa Hotel baik secara parsial maupun simultan.

5.2 Rekomendasi

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

1. Terdapat penilaian yang rendah dari pelaksanaan program *continuity marketing* yaitu kemudahan menggunakan voucher potongan harga. Hal ini dikarenakan kebanyakan tamu yang menginap di Royal Vanessa Hotel menyatakan kesulitan dalam menggunakan *voucher* yang diberikan sehingga pihak Royal Vanessa Hotel harus memperbaiki standar operasional (SOP) dalam hal penggunaan *voucher* potongan harga tersebut

sehingga tamu lebih mudah dalam menukarkan *voucher* potongan harga tersebut.

2. Terdapat penilaian yang rendah dari pelaksanaan program *one to one marketing* yaitu ketanggapan karyawan dalam melayani komplain secara individu. Hal ini dikarenakan masih kurangnya ketanggapan karyawan dalam melayani komplain secara individu. Oleh karena itu pihak Royal Vanessa Hotel harus terus memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan mereka dalam melayani komplain secara individu sehingga dapat memenuhi standar operasional (SOP) yang telah ditentukan oleh pihak Royal Vanessa Hotel.
3. Terdapat penilaian yang rendah dari loyalitas pelanggan Royal Vanessa Hotel yaitu pada perspektif *behavior* (prilaku) khususnya pada indikator merekomendasikan Royal Vanessa kepada orang lain. Hal ini terlihat bahwa tingkatan loyalitas pelanggan dengan Royal Vanessa Hotel baru pada tingkatan *repeat customer*, dengan demikian pihak Royal Vanessa Hotel harus meningkatkan hubungan tersebut dengan cara meningkatkan kinerja program-program yang ada dan juga membuat program-program baru dalam hal peningkatan hubungan dengan pelanggan sehingga mencapai pada tingkatan *advocate* yaitu pelanggan melakukan rekomendasi tentang produk/jasa dan mendorong orang lain untuk melakukan pembelian produk/jasa perusahaan.
4. Tingkat pengaruh terkecil dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan adalah pada pelaksanaan program *continuity marketing*, hal ini perlu diperbaiki oleh pihak Royal Vanessa Hotel dengan memperbaiki Standar Operasional (SOP) mengenai program *continuity marketing* dan juga pihak hotel agar dapat

menambah program-program yang selain program-program yang telah dilakukan. Dengan demikian dapat meningkatkan pengaruh pelaksanaan program *continuity marketing* dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

5. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Royal Vanessa Hotel, para peneliti dapat mengangkat variabel yang lain yang dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan selain variabel yang telah diteliti oleh penulis. Selain itu juga para peneliti dapat meneliti pada tamu *corporate* karena Royal Vanessa Hotel telah banyak menjalin kerjasama dengan perusahaan khususnya mengenai *corporate rate*, sehingga tingkat hunian dari tamu *corporate* juga tinggi.