

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penguraian teori, hasil penelitian dengan penyebaran kuisioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui analisis branded customer service Kampung Sampireun Resort & SPA Garut dalam menciptakan keputusan pengunjung untuk menginap adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi *branded customer service* yang dirasakan pengunjung Kampung Sampireun Resort & SPA melalui dua sub variabel yaitu *brand awareness* dan *on-brand exercises*. *Brand awareness* diindikasikan dalam *brand knowledge*, *brand specificity*, *brand assessment*, dan *brand delivery*. Sedangkan *on-brand exercises* diindikasikan dalam *brand support for staff*, *brand reinforcement communications*, dan *brand alignment*. Pada *brand awareness*, dapat diketahui mulai dari pengenalan berbagai identitas perusahaan, daya tarik yang ditawarkan menjadi nilai tambah, penilaian pengunjung akan merek, dan penyampaian pesan merek pada pengunjung Kampung Sampireun Resort & SPA Garut. Dan pada *on-brand exercises*, dapat diketahui kesesuaian antara kinerja para staff dengan janji perusahaan, penguatan komunikasi merek perusahaan yang disampaikan pada

pengunjung, dan kesesuaian antara merek dengan pelayanan yang diperoleh pengunjung di Kampung Sampireun *Resort & SPA*.

2. Deskripsi keputusan menginap yang diindikasikan dalam pemilihan produk dan jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran reservasi, pemilihan waktu menginap, jumlah reservasi dan pemilihan pembayaran. Dinilai dari berbagai kelebihan dalam produk dan jasa yang menjadikannya menarik, janji yang membuatnya dikenal dan disukai, berbagai kemudahan dan fleksibilitas untuk reservasi, penyesuaian waktu, kuantiti dan pembayaran yang ada dan diaplikasikan di Kampung Sampireun *Resort & SPA*. Berbagai alasan ketersediaan pengunjung memilih untuk menginap di Kampung Sampireun *Resort & SPA* dan menghabiskan waktu juga melepas lelah dari kejenuhan aktivitas tinggi pada keseharian.
3. Secara keseluruhan berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa analisis *branded customer service* Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut dapat menciptakan keputusan pengunjung untuk menginap, pengujian penelitian menunjukkan terdapat penciptaan yang besar pada keputusan menginap berdasarkan keputusan menginap yang diambil pengunjung yang pada aplikasinya diketahui mengacu pada konsep *branded customer service*. *Brand awareness* dan *on-brand exercises* yang mengindikasikan *branded customer service* merupakan dasar penyampaian jasa pada pengunjung. Mulai dari pengenalan akan merek hingga pada akhirnya

pengalaman menggunakan jasa perusahaan telah menjadi satu persepsi mendalam dalam ingatan pengunjung sehingga mulai tercipta penguraian pengunjung berkelanjutan.

5.2 Rekomendasi

Penelitian ini telah memperoleh hasil temuan dalam penciptaan keputusan pengunjung untuk menginap oleh analisis branded customer service, maka penulis mengajukan rekomendasi yang sesuai untuk meningkatkan kinerja perusahaan bersangkutan yang dalam hal ini adalah Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan branded customer service yang dapat dijadikan acuan oleh pihak manajemen Kampung Sampireun *Resort & SPA*. Berikut rekomendasi yang dapat diaplikasikan berdasarkan pada temuan penelitian untuk menciptakan keputusan untuk menginap yang lebih tinggi:

1. Analisis *Branded Customer Service*
 - a) Subvariabel *Branded Customer Service* pada *Brand Awareness*
 - i. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi brand awareness pada brand knowledge yang nilai tanggapannya paling rendah adalah pada pengenalan lokasi. Dengan demikian pihak manajemen Kampung Sampireun *Resort & SPA* perlu memberikan perhatian lebih dalam hal ini. Untuk mempermudah pengunjung dalam mengenali lokasi Kampung Sampireun *Resort & SPA* apalagi mengingat lokasinya yang

memang cukup sulit untuk dijangkau umum perlu disediakan tanda-tanda yang dapat dengan mudah dikenali pengunjung. Selain itu juga penduduk sekitar perlu diberikan kesadaran untuk menjadi bagian dari pemasaran perusahaan sehingga bersedia dengan senang hati turut membantu pengunjung mencapai lokasi Kampung Sampireun Resort & SPA.

- ii. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *brand awareness* pada *brand specificity* yang memiliki skor terendah diperoleh adalah pada keunikan/kemenarikan identitas perusahaan. Pihak manajemen perlu lebih memperhatikan masalah ini, dikarenakan identitas perusahaan adalah jembatan pertama pasar menilai dan memberikan minat untuk mengetahui apa yang ditawarkan oleh Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut. Hal yang perlu dilakukan dalam hal ini adalah mengintenskan kemunculan identitas perusahaan dalam berbagai media dan sarana prasarana lainnya juga memebrikan sentuhan yang lebih natural yang menjadi ciri khas Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut sehingga membedakan nilai jualnya dibandingkan dengan *resort* lainnya.
- iii. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *brand awareness* pada *brand assessment*, penilaian yang memiliki skor terendah adalah pada kepercayaan pengunjung. Pihak manajemen harus lebih banyak memperhatikan masalah ini, kepercayaan pengunjung merupakan bagian vital dari hubungan yang

terjalin antara perusahaan dengan pasarnya. Nilai kepercayaan sangatlah tinggi karenanya manajemen perlu memberikan atensi yang tinggi pula pada hal ini. Data setiap pengunjung perlu difiltrasi dan dijaga sebaik mungkin terutama dengan kesediaan pengunjung juga dalam memberikan informasi data pribadinya hanya untuk keperluan operasional hotel yang diperlukan. Untuk meningkatkan kepercayaan pengunjung perlu juga diberikan jaminan kepercayaan seperti dengan hanya kalangan terbatas yang bersangkutan yang dapat mengetahui identitas pribadi pengunjung tersebut.

- iv. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *brand awareness* pada *brand delivery*, penilaian yang memiliki skor terendah adalah pada penanganan masalah. Masalah yang dihadapi pengunjung sangat berpengaruh pada nilai hubungan dengan perusahaan karenanya hal ini tetap menjadi *highlight* yang sangat penting. Seperti telah dikemukakan sebelumnya staff haruslah mengerti psikologis setiap pengunjung sehingga dalam menangani masalah pengunjung dapat dinilai lebih baik.

b) Subvariabel *Branded Customer Service* pada *On-Brand Exercises*.

- i. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *on-brand exercises* pada *brand support for staff*, penilaian yang memiliki skor terendah adalah pada kesesuaian kinerja staff dengan harapan pengunjung, sehingga untuk selanjutnya pihak manajemen Kampung Sampireun *Resort & SPA* harus mensiasati agar

staff operasional dapat memahami dengan baik dan menyampaikan *brand* perusahaan sesuai pada setiap pengunjung.

- ii. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *on-brand exercises* pada *brand reinforcement communications*, penilaian yang memiliki skor terendah adalah pada mengerti maksud komunikasi dan konfirmasi dari perusahaan. Perusahaan perlu melakukan komunikasi dengan lebih baik lagi dan mudah dimengerti. Kemungkinan rendahnya pengertian pengunjung atas komunikasi dan konfirmasi yang dilakukan perusahaan adalah kendala orientasi dari informasi yang dimaksudkan, misalnya pada maksud informasi yang disampaikan.
- iii. Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap indikasi *on-brand exercises* pada *brand support for staff*, penilaian yang memiliki skor terendah adalah pada kesesuaian persepsi awal dengan pelayanan pengunjung. Sama halnya pada *brand support for staff*, kualitas kinerja staff terutama di operasional masih perlu banyak sekali ditingkatkan, khususnya dalam kontak dengan pengunjung. Akan lebih baik lagi jika pihak manajemen dapat memberikan *training* ataupun kursus singkat operasionalisasi pelayanan. Staff ahli juga perlu diseleksi lebih baik lagi.

2. Keputusan Menginap

- a) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap keputusan menginap terhadap sub variabel pemilihan produk dan jasa, penilaian dengan skor terendah pada frekuensi memutuskan menginap karena pelayanan yang baik dan ramah. Hal ini harus diperhatikan oleh pihak manajemen karena kecenderungan pengunjung memutuskan menginap ini merupakan salah satu ciri khas yang dapat ditonjolkan dengan penawaran unik budaya sunda yang diusung oleh Kampung Sampireun *Resort & SPA* karena sudah menjadi rahasia umum bahwa suku sunda memiliki kecenderungan sebagai suku yang ramah yang mampu mendukung dalam industry jasa.
- b) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap Keputusan menginap terhadap sub variabel pemilihan merek, penilaian dengan skor terendah adalah pada memutuskan menginap karena kekhasan etnis sunda yang ditawarkan. Hal ini tentu bertentangan dengan pencitraan merek yang dilakukan oleh manajemen Kampung Sampireun *Resort & SPA*, karena itu perlu dilakukan penguatan akan nilai etnis sunda yang memiliki nilai budaya yang menarik dan patut dijadikan optional prioritas dalam pengambilan keputusan pengunjung.
- c) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap Keputusan menginap pada sub variabel pemilihan saluran reservasi. Penilaian dengan skor terendah pada frekuensi memutuskan menginap karena adanya *online reservation*. Perlu digarisbawahi teknologi merupakan

salah satu tolak ukur perhatian perusahaan pada pasar, juga bagian dari gaya hidup yang diperuntukan bagi pola hidup praktis yang makin berkembang saat ini. Layanan *online reservation* merupakan salah satu mekanisme yang dapat mempermudah dan menarik perhatian pasar untuk memutuskan menginap, karena itu manajemen Kampung Sampireun *Resort & SPA* perlu dengan lebih baik lagi mensosialisasikan layanan ini.

- d) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap Keputusan menginap dalam sub variabel pemilihan waktu menginap, penilaian yang mendapatkan skor terendah adalah memutuskan menginap karena adanya acara/event tertentu,, dapat disimpulkan banyak pengunjung yang kurang memperhatikan adanya acara ataupun event yang diadakan di Kampung Sampireun *Resort & SPA* karenanya manajemen perlu menyikapinya dengan memberikan pengenalan yang baik dalam pengadaan event/acara yang dilaksanakan guna meningkatkan keputusan menginap.
- e) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap Keputusan menginap dalam sub variabel jumlah reservasi, penilaian yang mendapatkan skor terendah adalah pada memutuskan menginap karena ada penawaran harga lebih murah bila penyewaan *cottage* lebih dari satu secara bersamaan. Minatnya kurang kemungkinan karena jarang pengunjung yang memilih untuk menggunakan lebih dari satu *cottage* terpisah dibandingkan dengan menggunakan *cottage* yang lebih besar dengan kapasitas yang lebih baik, karena itu akan lebih baik jika dilakukan *bundling*

product pada lini produk yang berbeda seperti dengan produk *tour*, *merchandise* ataupun *food & beverage*.

- f) Penilaian pengunjung Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut terhadap Keputusan menginap dalam sub variabel pemilihan mode pembayaran, penilaian yang mendapatkan skor terendah adalah pada memutuskan menginap karena adanya pembayaran melalui transfer/epayment/mobile banking, layanan ini memang sudah banyak menjamur di masyarakat karena lebih praktis dan aman dibandingkan dengan membawa uang *cash* ataupun kartu-kartu pengganti uang, namun tanggapan yang ada justru paling rendah hal ini mungkin saja dikarenakan kurangnya pemahaman pasar akan pengadaan fasilitas ini. Sama halnya dalam perteknologian lainnya yang perlu dilakukan adalah pensosialisasian bagaimana penggunaannya.

4. Pengaruh Analisis *Branded Customer Service* Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut dalam menciptakan keputusan pengunjung untuk menginap sangat signifikan berpengaruh, oleh karena itu Kampung Sampireun *Resort & SPA* harus terus memberikan inovasi-inovasi yang menarik dan dapat memelihara ketertarikan tersebut pada analisis aplikatif dari *Branded Customer Services* hingga pengunjung lama tetap setia dan bermunculan banyak pengunjung baru mengingat Kampung Sampireun *Resort & SPA* Garut masih dianggap pemula dalam bisnis ini terutama di hadapan para pelaku bisnis *resort* dengan *international chain*.

4. Rekomendasi Untuk Penelitian yang Akan Datang

Analisis *Branded Customer Service* yang dilakukan akan sangat besar manfaatnya, dikarenakan pengunjung dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan yang bergerak di bidang jasa akan sangat memperhatikan citraan merek yang dibentuk dalam pasar dengan pelayanan yang diperolehnya saat menggunakan jasa yang bersangkutan. Sebagai pelaku bisnis perhotelan perhatian yang tinggi perlu dicurahkan dalam hal ini, oleh karena itu untuk penelitian yang selanjutnya dapat dilakukan untuk mencari temuan mengenai analisis *branded customer service* dalam menciptakan keputusan menginap dan implikasinya terhadap keunggulan bersaing dengan berbagai ancaman dari *competitor* usaha perhotelan khususnya *resort*.