BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan penulis pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pelayanan prima Stevie 6 Hotel tergolong baik, . Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator kemampuan (*ability*) dan terendah pada indikator tindakan (*action*). Karena Stevie 6 Hotel lebih mengutamakan kondisi internal hotel dari penampilan karyawannya seperti menggunakan pakaian yang rapih dan sopan, tidak menggunakan aksesories berlebihan, serta meningkatkan kemampuan karyawan mengenai Stevie 6 Hotel.
2. E*xperiential marketing* pelanggan Stevie 6 Hotel Bandung tergolong baik, Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator *sense* dan terendah pada indikator *relate*. Hal ini dikarenakan Stevie 6 Hotel lebih mengutamakan tampilan hotel seperti desain kamar, tata letak perabotan, kebersihan interior dan eksterior, serta lebih mengutamakan pelayanan karyawan sesuai kebutuhan pelanggan.
3. Loyalitas pelanggan Stevie 6 Hotel Bandung tergolong cukup baik, hal ini ditunjukan dengan perolehan nilai persentase. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator penggunaan fasilitas hotel dan terendah pada

indikator penawaran hotel lain. Karena Stevie 6 Hotel lebih mengutamakan kebutuhan pelanggan akan fasilitas hotel,

4. Secara Parsial, pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen menunjukan hubungan yang sedang dan searah (positif). Berdasarkan pengujian hipotesis, pelayanan prima secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Stevie 6 Hotel Bandung.

   Secara Parsial, pemasaran berdasarkan pengalaman terhadap loyalitas pelanggan menunjukan hubungan yang sedang dan searah (positif). Berdasarkan pengujian hipotesis, pemasaran berdasarkan pengalaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Stevie 6 Hotel Bandung.

   Secara Simultan, pelayanan prima dan pemasaran berdasarkan pengalaman terhadap loyalitas menunjukan hubungan yang sedang dan searah (positif). Berdasarkan pengujian hipotesis, pelayanan prima dan pemasaran berdasarkan pengalaman berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Stevie 6 Hotel Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpuan diatas penulis mencoba memberikan saran bagi Stevie 6 Hotel Bandung sebagai bahan pertimbangan perusahaan maupun untuk pihak lainnya mengenai pelaksanaan pelayanan prima, pemasaran berdasarkan pengalaman, dan loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penerapan pelaksanaan pelayanan prima, Stevie 6 Hotel mengalami beberapa kendala seperti tindakan yang dilakukan pegawai dalam memberikan solusi setiap masalah, oleh karena itu perusahaan harus mampu mengantisipasinya dengan beberapa cara seperti melakukan pengecekan baik pada fasilitas kamar maupun fasiilitas tambahan. Karena dengan pihak manajemen hotel melakukan pengecekan secara berkala akan membuat konsumen puas dan nyaman dengan pelayanan yang dilakukan hotel. Selain itu, perusahaan sebaiknya mengadakan pergantian barang-barang yang dinilai sudah tidak layak digunakan secara berjangka agar memperkecil keluhan dari pelanggan akann fasilitas hotel.
2. Pelaksanaan pemasaran berdasarkan pengalaman secara umum sudah baik. Tetapi karyawan Stevie 6 Hotel sebaiknya lebih aktif dan lebih mendekatkan diri dengan pelanggan dengan cara memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara jelas, melakukan pembersihan secara berkala untuk setiap interior ruangan, atau dengan melakukan *membership* untuk pelanggan dengan beberapa *discount* yang ditawarkan pihak hotel sehinggan pelanggan senang dan kembali berkunjung ke Stevie 6 Hotel.
3. Loyalitas pelanggan Stevie 6 Hotel umumnya sudah cukup baik. Tapi sebaiknya perusahaan lebih mengenalkan kembali kepada pelanggan bahwa Stevie 6 Hotel adalah hotel yang tidak hanya menawarkan view hotel yang indah dan sejuk, tetapi juga menawarkan keindahan estetika setiap *room* yang dipesan. Karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui Stevie 6 Hotel merupakan hotel yang berbeda dari hotel

lainnya dimana hotel ini menawarkan tema yang berbeda setiap *room*-nya, sehingga tidak membuat jenuh para pelanggan yang melakukan reservasi di hotel ini.

4. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai loyalitas pelanggan sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti, citra merek, ekuitas merek, dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas dari Stevie 6 Hotel Bandung.
5. Sebaiknya Stevie 6 Hotel lebih aktif lagi mempublikasikan media sosial lainnya melalui media televisi atau media iklan seperti baligho, sehingga masyarakat lebih mengetahui dimana lokasi dan fasilitas yang ditawarkan oleh Stevie 6 Hotel Bandung.