# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity* terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* pada Hotel Topas Galeria secara keseluruhan sudah baik. Namun demikian indikator *One to one marketing* dan *Partnering Program Marketing* memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel *Customer Relationship Management*, hal ini dikarenakan para responden terhadap beberapa pernyataan merasa tidak adanya program untuk meningkatkan nilai lebih kepada pelanggan, tidak adanya strategi *endorsement* dan tidak adanya program untuk membangun loyalitas pelanggan. *Brand Equity* pada Hotel Topas Galeria secara keseluruhan cukup baik. Namun demikian indikator *Brand Association* dan *Brand Loyalty* memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel *Brand Equity*, hal ini dikarenakan para responden terhadap beberapa pernyataan merasa tidak memilih hotel karena reputasi, masuk ranking dan terdaftar di PHRI. Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria secara keseluruhan sudah baik. Namun demikian indikator Rekomendasi memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel Loyalitas pelanggan, hal ini dikarenakan para responden merasa tidak akan merekomendasikan kepada pihak lain.

2. *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap *Brand Equity* pada Hotel Topas Galeria. *Customer Relationship Management* memberikan pengaruh sebesar 37,5% terhadap *Brand Equity*, dimana semakin baik *Customer Relationship Management* akan meningkatkan suatu *Brand Equity*.
3. *Customer Relationship Management* secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada pada Hotel Topas Galeria. Secara total kontribusi atau pengaruh *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria hanya sebesar sebesar 22,59%.
4. *Brand Equity* secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria. Secara total kontribusi atau pengaruh *Brand Equity* dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria sebesar 30,1%.
5. *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria. Secara bersama-sama variabel *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity* memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 52,7% terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity*terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria, diantaranya :

1. *Customer Relationship Management* pada Hotel Topas Galeria secara keseluruhan sudah baik. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya :
   a. Agar diupayakan terus adanya program-program pendidikan dan pelatihan peningkatan kualitas pelayanan bagi karyawan-karyawan terutama yang berhubungan langsung dengan pelanggan, agar memberikan *value* yang lebih kepada pelanggan.
   b. Perlu adanya strategi *endorsement* dan program untuk membangun loyalitas pelanggan.

   *Brand Equity* pada Hotel Topas Galeria sudah cukup baik secara keseluruhan. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya :
   c. Meningkatkan program-program mengkomunikasikan konsep merek (*brand*) yang kuat melalui iklan sehingga masyarakat menjadi sadar akan keberadaan merek perusahaan, sehingga secara otomatis *brand* tersebut berada di dalam ingatan yang pertama dalam pikiran masyarakat.

d. Menciptakan produk perusahaan memiliki perbedaan kualitas yang lebih baik dari produk pesaing .

Pada Loyalitas pelanggan yang diperlihatkan oleh Hotel Topas Galeria secara keseluruhan sudah baik. Namun perlu memberikan perhatian pada indikator-indikator yang dibawah rata-rata, diantaranya :

e. Membina hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka panjang melalui *data base* pelanggan yang dimiliki (*customer relationship management*). Dengan tersedianya informasi mengenai nama pelanggan, frekuensi, dan jumlah pembelian, perusahaan diharapkan dapat memuaskan pelanggannya secara lebih baik yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan.
f. Perusahaan hendaknya menerapkan Strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan

2. *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap *Brand Equity* pada Hotel Topas Galeria. Oleh karena itu, Hotel Topas Galeria terus memperhatikan dan mengupayakan perbaikan terus menerus agar menjadi lebih baik dari yang sekarang.
3. *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria. Oleh karena itu, Hotel Topas Galeria harus terus mempertahankan dan lebih menambah lagi bentuk-bentuk program kerelasian dengan pelanggan.

4. *Brand Equity* secara parsial memang berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Hotel Topas Galeria, sehingga program-program mengkomunikasikan konsep merek (*brand*) yang kuat harus terus dilakukan.
5. Melihat dari keseluruhan variabel yang telah diteliti yaitu *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity* serta Loyalitas pelanggan secara keseluruhan memiliki keterkaitan dan pengaruhnya secara signifikan 52,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka kepada peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda, seperti kualitas pelayanan.