

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Savoy Homann Bidakara Hotel adalah :
 1. Lokasi strategis.
 2. Kelengkapan fasilitas/sarana hotel.
- Variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen di Savoy Homann Bidakara Hotel adalah :
 1. Penataan eksterior hotel.
 2. Kecepatan pelayanan.
- Pengaruh bauran pemasaran jasa yang dilakukan Savoy Homann Bidakara Hotel terhadap loyalitas konsumennya. adalah signifikan.

6.2. Saran

6.2.1. Saran Untuk Perusahaan

Saran yang dapat diberikan untuk Savoy Homann Bidakara Hotel untuk meningkatkan loyalitas konsumen sebagai berikut :

1. Penataan eksterior dengan arsitektur bangunan bergaya *art deco* harus tetap dipertahankan karena merupakan salah satu bangunan bersejarah di kota Bandung yang harus dilestarikan.
2. Ruang *meeting* sebaiknya dibuat kedap suara terutama *Savoy Meeting Room* dan *Grand Ballroom* sehingga rapat yang sedang berjalan tidak terganggu oleh suara-suara dari luar ruangan maupun ruang rapat sebelahnya kemudian menambah fasilitas yang lebih lengkap, seperti *meeting room* dengan fasilitas modern (*LCD projector, panaboard, audio video sound system*) mengingat tidak semua *meeting room* menggunakan fasilitas ini.

3. Perawatan fasilitas *business centre* yang ada sekarang hendaknya dilakukan secara teratur sehingga fasilitas tersebut dapat bekerja dengan baik. Pembuatan *spot wi-fi* (teknologi internet nirkabel) sebagai tuntutan perkembangan teknologi perlu juga direalisasikan.
4. Kolam renang perlu ditata ulang karena kurang menarik untuk ukuran hotel bintang empat.
5. Sebaiknya dipertimbangkan penggunaan *secure parking*, karena tempat parkir yang sekarang ini terkesan kurang terorganisir dengan tidak adanya pendataan mobil yang masuk dan keluar area Savoy Homann Bidakara Hotel.
6. Mempertahankan kecepatan pelayanan yang telah dilakukan, dengan tidak melupakan faktor ketelitian dalam pelayanan karena kecepatan biasanya dapat menimbulkan kelalaian atau keteledoran.

6.2.2. Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut

Saran untuk pengembangan penelitian ini adalah :

1. Nilai μ dan σ^2 pada rumus Churchill didapat dari hasil kuesioner pendahuluan.
2. Melakukan penganalisaan melalui teori pemasaran dan teori loyalitas yang lain, selain yang digunakan pada penelitian ini.
3. Melakukan penambahan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen selain dari bauran pemasaran jasa.
4. Untuk kegiatan penelitian selanjutnya sebaiknya mengambil lebih dari satu sampel misalnya konsumen atas biaya perusahaan dan konsumen atas biaya pribadi, untuk mengetahui perbedaan tingkat loyalitasnya.