

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan
Variabel persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Milennnium Sirih Jakarta.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan
Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Milennnium Sirih Jakarta.
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
Variabel citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Milennnium Sirih Jakarta.

Berdasarkan hal tersebut maka kedua hipotesis kerja (H1, H2, dan H3) semuanya diterima secara signifikan.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan persepsi harga, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan, dan implikasi sebagai berikut:

Persepsi harga memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan Hotel Millennium Sirih Jakarta. Hal ini dapat dibuktikan pada perhitungan regresi linear sederhana dimana nilai b menunjukkan nilai positif sebesar 0,240. Jadi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka pihak manajemen hotel harus meningkatkan persepsi harga kepada pelanggannya.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan pada perhitungan regresi linear sederhana dimana nilai b menunjukkan nilai positif sebesar 0,511. Jadi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka pihak manajemen harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggannya.

Sedangkan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan pada perhitungan regresi linear sederhana dimana nilai b menunjukkan nilai positif sebesar 0,331. Jadi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka pihak manajemen harus meningkatkan citra merek kepada pelanggannya.

Berdasarkan temuan pada analisis tersebut, beberapa aspek pada persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek yang perlu ditingkatkan adalah:

1. Meningkatkan Persepsi Harga Hotel Millennium

- a. Pada dimensi Price-quality schema butir ke-20 manajemen hendaknya tidak menerapkan harga yang tinggi kepada pelanggannya. Karena pelanggan hotel Millennium lebih memilih harga yang lebih kompetitif untuk hotel kelas bintang IV. Pelanggan tidak mengejar prestige untuk menginap di hotel Millennium.

- b. Pada butir ke-21 manajemen hendaknya tidak menerapkan harga yang mahal hanya untuk menunjukkan status sosial. Pelanggan cenderung memilih harga yang lebih murah untuk menginap untuk Hotel Bintang III.
- c. Pada butir ke-21 responden tidak setuju dengan pernyataan tentang cenderung untuk menggunakan jasa hotel Millennium Sirih dengan harga yang mahal agar lebih dipandang oleh teman-teman. Jadi pihak manajemen tidak perlu menerapkan harga yang mahal karena pelanggan menginap di hotel tidak untuk dipandang oleh teman-temannya.

2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Hotel Millenium

- a. Pada dimensi *reliability*, indikator ke-1, pelanggan menilai bahwa bahwa karyawan hotel Millenium belum melakukan pelayanan tepat pada waktunya dan memiliki konsistensi kerja. Untuk itu pihak manajemen meningkatkan disiplin kerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya.
- b. Pada indikator ke-2, pelanggan menilai bahwa karyawan belum memiliki konsistensi kinerja, akurasi dalam penagihan, menyimpan catatan dengan benar. Untuk itulah pihak manajemen perlu meningkatkan konsistensi kinerja, akurasi dalam penagihan, menyimpan catatan dengan benar karyawannya.
- c. Pada dimensi *responsiveness* pelanggan menilai bahwa karyawan Hotel Millenium belum sigap dalam menanggapi keluhan dan memenuhi pesanan yang di pesan oleh pelanggan. Untuk itu pihak manajemen

meningkatkan kemampuan karyawan dalam menanggapi dan memenuhi pesan yang dilakukan pelanggan.

- d. Pada dimensi *competence* pelanggan menilai bahwa karyawan Hotel Millenium kurang memiliki keterampilan dalam melayani pelanggan. Pihak manajemen meningkatkan keterampilan karyawan dengan memberikan pelatihan yang dibutuhkan.
 - e. Pada dimensi *tangibility* pelanggan menilai bahwa karyawan Hotel Millenium belum menampilkan halaman web hotel Millennium Sirih bagus dan informatif dalam memberikan informasi tentang jasa yang di sediakan hotel dan moda transportasi yang diberikan belum memberikan kenyamanan. Untuk itu pihak manajemen memperbaiki halaman web agar lebih menarik bagi pelanggannya dan memperbaiki armada transportasi agar pelanggan merasakan kenyamanan dalam kendaraan.
 - f. Pada dimensi *emphaty* pelanggan menilai bahwa karyawan Hotel Millenium belum memiliki kemampuan komunikasi yang dapat dipahami oleh pelanggan. Untuk itu pihak manajemen agar memperbaiki kemampuan komunikasi karyawan agar dapat berkomunikasi dengan baik.
3. Meningkatkan Brand Image
- a. Pada dimensi identitas merek pelanggan menilai bahwa identitas merek berupa pada indikator ke-3 responden kurang setuju tentang karakteristik merek hotel Millennium Sirih melambangkan karakter ketulusan. Untuk itu pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar menunjukkan karakter ketulusan.

- b. Pada dimensi kepribadian merek indikator ke-4 responden kurang setuju tentang pernyataan karakteristik merek hotel Millennium Sirih mencerminkan perasaan antusias dan semangat. Untuk itu pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar menunjukkan antusias dan semangat.
- c. Pada dimensi kepribadian merek indikator ke-5 responden kurang setuju tentang pernyataan karakteristik merek hotel Millennium Sirih mencerminkan kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan sukses atau efisien. Untuk itu pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar mencerminkan kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan sukses atau efisien.

Dan mengingat bahwa karakteristik responden pada Hotel Millennium adalah *Independent Business Traveller* yakni orang yang singgah hanya untuk kepentingan bisnis, dengan melihat hasil penelitian tersebut maka pihak manajemen hendaknya lebih meningkatkan pada persepsi harga bagi para pelanggannya sehingga pelanggan tetap memilih hotel Millennium ketika melakukan kunjungan ke Jakarta.

C. Saran

1. Saran operasional untuk Hotel Millennium

a. Persepsi Harga Hotel Millennium

- 1) Manajemen hendaknya tidak menerapkan harga yang tinggi kepada pelanggannya. Karena pelanggan hotel Millennium lebih memilih

harga yang lebih kompetitif untuk hotel kelas bintang IV. Pelanggan tidak mengejar prestige untuk menginap di hotel Millenium.

- 2) Manajemen hendaknya tidak menerapkan harga yang mahal hanya untuk menunjukkan status sosial. Pelanggan cenderung memilih harga yang lebih murah untuk menginap untuk Hotel Bintang IV.
- 3) Pihak manajemen tidak perlu menerapkan harga yang mahal karena pelanggan menginap di hotel tidak untuk dipandang oleh teman-temannya.

b. Kualitas Pelayanan Hotel Millenium

- 1) Perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan disiplin kerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya.
- 2) Pihak manajemen perlu meningkatkan konsistensi kinerja, akurasi dalam penagihan, menyimpan catatan dengan benar karyawannya.
- 3) Pihak manajemen meningkatkan kemampuan karyawan dalam menanggapi dan memenuhi pesan yang dilakukan pelanggan.
- 4) Pihak manajemen meningkatkan keterampilan karyawan dengan memberikan pelatihan yang dibutuhkan.
- 5) Perlu memperbaiki halaman website agar lebih menarik bagi pelanggannya dan memperbaiki armada transportasi agar pelanggan merasakan kenyamanan dalam kendaraan.
- 6) Pihak manajemen agar memperbaiki kemampuan komunikasi karyawan agar dapat berkomunikasi dengan baik.

c. Brand Image

- 1) Pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar menunjukkan karakter ketulusan.
- 2) Pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar menunjukkan antusias dan semangat.
- 3) Pihak manajemen hendaknya memperbaiki karakteristik hotel agar mencerminkan kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan sukses atau efisien.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

- a. Peneliti lain perlu membahas mengenai kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan di hotel lain.
- b. Perlunya penelitian variabel lain diluar variabel kualitas layanan dan harga dalam cakupan loyalitas pelanggan.
- c. Perlunya penambahan area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.