

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel *Budget* Bandung” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengenai citra merek di hotel *budget* Bandung diketahui berada pada kategori sangat baik. Indikator citra merek yang mendapatkan persentase skor tertinggi yaitu indikator citra atribut dengan persentase skor sebesar 86,2% yang berada pada kategori sangat baik. Citra atribut mendapatkan skor tertinggi dikarenakan penilaian citra atribut meliputi lokasi hotel, fasilitas hotel, desain interior, harga, kualitas barang dan jasa yang diberikan, serta kinerja karyawan hotel. Sehingga seluruh poin penilaian tersebut merupakan poin penting untuk mempertahankan citra merek hotel *budget*. Oleh karena itu setiap hotel *budget* harus meningkatkan dan menjaga kualitas dari jasa yang diberikan, sehingga bisa meningkatkan pula citra merek yang dirasakan oleh tamu.
2. Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu di hotel *budget* Bandung diketahui berada pada kategori sangat baik. Indikator kepuasan tamu yang mendapatkan persentase skor tertinggi yaitu indikator *housekeeping service* dengan persentase skor sebesar 87,6% yang berada pada kategori sangat baik. Indikator *housekeeping service* mendapatkan persentase skor tertinggi karena penilaian *housekeeping service* ini meliputi kebersihan seluruh ruangan hotel, kebersihan kamar hotel, kenyamanan, dan pelayanan yang diberikan oleh *staff*. Sehingga bisa dikatakan *housekeeping service* merupakan faktor utama yang menjadi penilaian kepuasan tamu karena berkaitan dengan produk utama yang dijual oleh hotel yaitu kamar hotel. Oleh karena itu setiap hotel harus meningkatkan dan mempertahankan

Fajar Dwi Agustian, 2020

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL BUDGET BANDUNG (SURVEI PADA TAMU HOTEL BUDGET DI SEKITAR JALAN SETIABUDI BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelayanan yang diberikan oleh setiap departemen sehingga akan meningkatkan pula kepuasan yang dirasakan oleh tamu.

3. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh citra merek terhadap kepuasan tamu. Pada penelitian ini kepuasan tamu dipengaruhi secara positif oleh citra merek dengan persentase sebesar 66,1%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian citra merek di hotel *budget* Bandung, maka akan semakin tinggi pula kepuasan tamu di hotel *budget* Bandung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan beberapa hal yang berkenaan dengan “Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel *Budget* Bandung” sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan hotel *budget* di Kota Bandung diharapkan lebih meningkatkan citra merek masing-masing. Dikarenakan pertumbuhan hotel berkonsep *budget* di Kota Bandung semakin meningkat sehingga akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu diperlukan citra merek yang kuat sehingga bisa mendapatkan penilaian baik dari tamu, dan bisa bersaing dengan hotel lainnya.
2. Pihak perusahaan hotel *budget* di Kota Bandung diharapkan lebih meningkatkan pelayanan yang akan meningkatkan kepuasan tamu. Kepuasan tamu merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan hotel karena akan memicu terjadinya kunjungan kembali dan keuntungan lainnya yang bisa didapat dari tamu.
3. Dalam pelaksanaannya penulis telah berusaha untuk melakukan penelitian ini dengan sungguh-sungguh. Namun tidak menutup kemungkinan terdapat keterbatasan penelitian yang dialami oleh penulis saat melaksanakan penelitian ini. Harapan penulis tentang penelitian ini dimasa yang akan datang bisa menambah variabel lain atau menerapkan variabel lain diluar penelitian dan masih berkaitan pada penelitian ini.