

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dari 107 responden yang merupakan pelanggan hotel JW Marriott Surabaya. Sebagian besar responden, yaitu sebesar 59,8% berada pada usia 18 – 25 tahun. Pekerjaan atau profesi yang digeluti 50,4% dari seluruh responden adalah pelajar. Sedangkan penghasilan responden rata – rata adalah kurang dari 5 juta perbulan. Serta pengeluaran rata – rata dalam sekali menginap kurang dari 2 juta.
2. Hanya pengaruh *strength of brand association* ke kepuasan pelanggan yang telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, enam hipotesa yang lainnya tidak terbukti yaitu *favorability of brand association* tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *uniqueness of brand association* tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *favorability of brand association* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *strength of brand association* tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan *uniqueness of brand association* tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen hotel adalah:

1. Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat diketahui bahwa indikator yang menunjukkan pelanggan membeli produk atau jasa lain di JW Marriott Surabaya pada variabel loyalitas pelanggan mendapatkan nilai

rata-rata terendah dengan kategori setuju. Melalui hasil ini, manajemen hotel disarankan untuk mempromosikan produk atau jasa lain yang ada di hotel tersebut seperti restoran, *ballroom*, *business centre*, dan lain - lain seperti mendapatkan poin ganda jika memakai fasilitas seperti *ballroom*, atau mendapatkan satu malam gratis dengan pembelian di restoran minimal 5 juta rupiah, dan lain - lain agar pelanggan atau orang yang belum loyal kepada JW Marriott bisa menjadi loyal terhadap JW Marriott.

2. Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan. Pertama, kelemahan terkait dengan responden yang dituju. Beberapa sampel yang cocok dengan penelitian ini menolak untuk mengisi kuesioner yang mengakibatkan hampir separuh responden total pada penelitian ini adalah responden dengan kategori umur 18 – 25 tahun. Saran yang dapat diberikan dari peneliti adalah untuk menambah variabel dan heterogenitas sampel. Dalam meningkatkan heterogenitas sampel, peneliti dapat menyebarkan kuesioner dengan jumlah yang lebih merata ke setiap kategori usia sehingga persentase rentang usia yang didapatkan dalam deskripsi responden memberikan hasil yang tidak memiliki perbedaan berarti. Hal ini dimaksudkan agar jawaban yang diberikan oleh responden lebih bervariasi sesuai dengan rentang usia yang berbeda – beda dan tidak hanya terpaku pada rentang usia 18 – 25 tahun saja.