

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis secara statistik penelitian yang berjudul “Ekuitas dari Loyalitas Wisatawan di Industri Perhotelan DIY (Studi Empiris di Sektor Industri Perhotelan di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan positif antara ekuitas merek dengan loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan di DIY terbukti secara statistik oleh hasil empiris, semakin baik ekuitas merek dalam industri perhotelan, maka akan mengakibatkan loyalitas pelanggan yang juga semakin tinggi.
2. Terdapat hubungan positif antara ekuitas nilai dengan loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan di DIY. Semakin baik ekuitas nilai dalam industri perhotelan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam berkunjung ke hotel.
3. Terdapat hubungan positif antara ekuitas merek dengan ekuitas keterhubungan dalam industri perhotelan di DIY terbukti secara statistik oleh hasil empiris, semakin baik ekuitas merek dalam industri perhotelan, maka akan mengakibatkan ekuitas keterhubungan yang juga semakin tinggi.

4. Terdapat hubungan positif antara ekuitas nilai dengan ekuitas keterhubungan dalam industri perhotelan di DIY. Semakin baik ekuitas nilai dalam industri perhotelan, maka semakin tinggi pula ekuitas keterhubungan.
5. Terdapat pengaruh ekuitas keterhubungan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan di DIY terbukti secara hasil statistik oleh hasil empiris. Semakin baik ekuitas keterhubungan dalam industri perhotelan, maka akan mengakibatkan loyalitas pelanggan yang juga semakin tinggi

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat memberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi pihak manajemen perhotelan di DIY

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh membuktikan bahwa ekuitas merek dan ekuitas nilai ada hubungan dengan ekuitas keterhubungan dan loyalitas pelanggan. Apabila ekuitas dalam industri perhotelan di DIY sudah baik, manajemen hotel harus mampu mempertahankan agar tetap baik.

Selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi, manajemen hotel harus memprioritaskan ekuitas nilai sebagai pokok utama yang perlu ditingkatkan dan menjadi perhatian lebih bagi manajemen hotel agar dapat menjadikan konsumen loyal kepada hotel tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan diantaranya harga yang lebih kompetitif dengan pesaing, bentuk bangunan yang unik, serta menu makanan yang enak.

Kemudian untuk meningkatkan ekuitas merek, manajemen hotel mampu melakukan pengembangan diantaranya dalam bidang kesesuaian citra hotel dengan citra diri konsumen, memberikan logo yang mudah diingat oleh konsumen serta melakukan promosi untuk mengenalkan hotel tersebut agar lebih dikenal masyarakat.

Selanjutnya untuk meningkatkan ekuitas keterhubungan, manajemen hotel dapat melakukan upaya peningkatan ikatan emosional dengan konsumen. Dalam hal ini upaya *developing* karyawan hotel sangat dibutuhkan agar ikatan komunikasi dan emosional hotel dengan konsumen dapat terwujud.

2. Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan model penelitian dengan menambah variabel baru yang memungkinkan dapat mempengaruhi ekuitas keterhubungan dan loyalitas pelanggan. Selanjutnya mengembangkan penelitian dari segi pengambilan hotel yang bintang empat atau bahkan hotel menengah ke bawah agar hasil dapat digeneralisasikan.