

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh variabel fasilitas (X_1), *brand image* (X_2) dan inovasi layanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi, secara parsial fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah. Berdasarkan hasil koefisien korelasi pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,318 dan koefisien determinasi sebesar 0,101. Artinya variabel fasilitas memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Vella sebesar 10,1%.
2. Secara parsial *brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah. Berdasarkan hasil koefisien korelasi pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,364 dan koefisien determinasi sebesar 0,132. Artinya variabel *brand image* memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Vella sebesar 13,2%.

3. Secara parsial inovasi layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah. Berdasarkan hasil koefisien korelasi pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,695 dan koefisien determinasi sebesar 0,483. Artinya variabel inovasi layanan memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Vella sebesar 48,3%.
4. Dari hasil analisis regresi berganda secara simultan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara fasilitas (X_1), *brand image* (X_2) dan inovasi layanan (X_3) dengan loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah. Hal ini, dapat di lihat dari persamaan regresi hubungan antar variabel adalah $Y = 1,348 + 0,302X_1 + 0,207 X_2 + 0,801 X_3 + e$ atau dengan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,624 artinya bahwa 62,4% variasi dari variabel fasilitas, *brand image* dan inovasi layanan dapat dijelaskan oleh variabel loyalitas pelanggan(Y).

5.2. Saran

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan pihak Manajemen Hotel Grand Vella Bangka Tengah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan selalu intensif melakukan inovasi layanan seperti Inovasi interior dan eksterior, inovasi administrasi hotel, inovasi perilaku karyawan dalam memberikan pelayanan dan inovasi teknologi.

2. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, hendaknya pihak Manajemen Hotel Grand Vella juga dapat menjaga citra yang baik seperti: citra perusahaan, citra pelayanan yang baik bagi pelanggan serta inovasi yang berkesinambungan terhadap semua fasilitas hotel.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat menambah beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, selain dari variabel fasilitas, *brand image* dan inovasi layanan serta memperluas obyek yang akan diteliti agar dapat memahami lebih mendalam tentang loyalitas pelanggan suatu perusahaan.

