

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer Experience* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Artinya Konsumen akan loyal apabila merasa nyaman selama menginap atau berkunjung pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.
2. Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Karena pemilihan sumber informasi atau responden yang kurang berkompeten, sehingga harga tidak menjadi faktor utama bagi pelanggan untuk menjadi loyal.
3. Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Artinya konsumen akan loyal apabila Hotel Gunawangsa Merr Surabaya peduli dan memperhatikan kebutuhan pelanggannya.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:





1. Hotel Gunawangsa Merr Surabaya pada (*Customer Experience*) diharapkan dapat mempertahankan citra hotel dengan memberikan kemudahan dalam mengakses website penjualan, seperti menambahkan beberapa fitur menarik. Serta memberikan informasi terkait konten relevan berupa artikel, tips-tips ataupun informasi-informasi penting lainnya yang erat kaitannya dengan produk yang dijual hotel. Keberadaan konten ini tidak hanya berperan untuk mengiklankan produk saja, melainkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pelanggan.
2. Hotel Gunawangsa Merr Surabaya pada (Kualitas Pelayanan) diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada *staff* atau karyawan dalam setiap bulan sekali, seperti melakukan *skill training*, atau *creativity training* agar kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan tetap terjaga dan menjadi lebih baik.
3. Untuk peneliti berikutnya:
  - a. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengkaji referensi yang terkait dengan loyalitas konsumen agar penelitian selanjutnya lebih baik dan lebih lengkap lagi.
  - b. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan pengambilan dan pengumpulan data untuk menunjang penelitian yaitu dengan melakukan penyebaran angket atau kuesioner kepada sumber atau responden yang berkompeten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnil, N. A, 2022, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan *Anytime Coffee* Pematang Siantar.
- Anggia, T. R., Kawet, L., dan Ogi, I. 2015. Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Amron, 2014, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen *handphone Samsung* di Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. [http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal\\_13604.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/8821/1/jurnal_13604.pdf). Diakses tanggal 5 Maret 2015. Hal 132-135.
- Bolton, R. N., McColl-Kennedy, J. R., Cheung, L., Gallan, A., Orsingher, C., Witell, L., & Zaki, M. (2018). *Customer experience challenges: bringing together digital, physical and social realms*. *Journal of Service Management*, 29(5), 776-808.
- Cardia, D, 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762-6781.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., dan Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*.
- Firmansyah, M. A., dan Se, M. 2019. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). *How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer*. *European management journal*, 25(5), 395-410.
- Ghozali, Alamsyah. (2012). "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Notebook* Merek Toshiba" Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ( tidak dipublikasikan).
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Penelitian bagi Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- \_\_\_\_\_,. 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS2*. Universitas Diponegoro Semarang.





- \_\_\_\_\_, . 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta. Indonesia: Erlangga.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Karundeng, Feibe. 2013. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado. Jurnal Emba Vol.1 No.3 September 2013. <http://download.portalgaruda.org/article=108946&val=1025>. Tanggal akses: 26 Oktober 2022. Hal. 639- 647.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Amstrong, Gary & Philip. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, Gary, Amstrong. 2013. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 9 Jilid 1 dan 2*. Jakarta. Indonesia: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_, . 2016. *Marketing an Introduction*, Edisi 13, USA: Pearson Education.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry, 2012, *Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. Niqosiya: *Journal of Economics and Business Research* Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2021:(197-216).
- Mailia, J. (2020). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan O'chicken Gobah Ditinjau Dari Ekonomi Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Mokalu, P. C. C., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2019). *Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Trust Terhadap Customer*



*Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

Novitawati, R. A. D., Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 130-136.

Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

Rohmatin, A. L. (2021). *Pengaruh Customer Experience, Customer satisfaction, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee Indonesia di Kabupaten Madiun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Sampelan, A. G., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

Sanusi, Anwar. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sari, N. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.(Persero) Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 200-209.

Simbiring, Hiskia. 2012. Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Merek *Breadtalk*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 3, No. 1.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.

\_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Susanto, J. B., Yaphar, B., & Harianto, A. (2019). Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Bintang Tiga Di Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).

Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi 2, cetakan kelima. Yogyakarta: Andi

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2014. *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.

Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1-9.

Widyastika, Septia Putri. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Experience*, dan *Customer Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Batik Pesantenan Pati) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muria Kudus).

Willyanto Agiesta, A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol, 5.

PHRI. 2020. *Data Statistik Jumlah Hotel, Tingkat Hunian Kamar, dan Rata-rata Harga Kamar Hotel Kota Surabaya*, <https://phrijawatimur.com/data-statistik-jumlah-Hotel-tingkat-hunian-kamar-dan-rata-rata-harga-kamar-Hotel-kota-surabaya/>, (Diakses tgl. 15 September 2022: Pk. 22.30 WIB).

