

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan saran yang diberikan atas penelitian Hubungan Citra Yang Berlaku (*current image*) dengan Tingkat hunian kamar (*occupancy*).

5.1. Kesimpulan

1. Terdapat hubungan antara keunggulan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*), tingkat hubungan berada dalam kriteria sangat kuat yaitu berada pada nilai (0,619) artinya variabel keunggulan asosiasi merek yang baik diikuti dengan tingkat hunian yang baik pula. Variabel ini memberikan kontribusi sebesar 52,71% untuk tingkat hunian kamar (*occupancy*) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Terdapat hubungan antara kekuatan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*), tingkat hubungan antara kekuatan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat yaitu berada pada nilai (0,726) artinya variabel keunggulan asosiasi merek yang baik diikuti dengan tingkat hunian yang baik pula. Variabel ini memberikan kontribusi sebesar 52,71% untuk tingkat hunian kamar (*occupancy*) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Terdapat hubungan antara keunikan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*), tingkat hubungan antara keunikan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat

kuat yaitu berada pada nilai (0,765) artinya variabel keunggulan asosiasi merek yang baik diikuti dengan tingkat hunian yang baik pula. Variabel ini memberikan kontribusi sebesar 58,52% untuk tingkat hunian kamar (*occupancy*) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Terdapat hubungan antara Citra Yang Berlaku (*current image*) dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*), Tingkat hubungan antara citra yang berlaku (*current image*) dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat yaitu berada pada nilai (0,772) artinya variabel keunggulan asosiasi merek yang baik diikuti dengan tingkat hunian yang baik pula. Variabel ini memberikan kontribusi sebesar 59,59% untuk tingkat hunian kamar (*occupancy*) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2. Saran atau Rekomendasi

5.2.1. Saran atau Rekomendasi Teoritis

Berdasarkan keterbatasan penulis dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk penyempurnaan penelitian kepada penulis berikutnya yang akan meneliti tentang citra yang berlaku maupun tentang okupansi hotel, diantaranya sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan model penelitian yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini agar muncul variabel yang berbeda sehingga memperkaya hasil penelitian.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan pengambilan sampel dengan menggunakan metode yang berbeda sehingga dapat lebih mudah mengelola sampel yang sangat besar dalam objek penelitian.

5.2.2. Saran atau Rekomendasi Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara keunggulan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat, sebaiknya perusahaan terus memperhatikan dan meningkatkan keunggulan produk yang diberikan kepada tamu sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan kosumen dalam pergantian waktu, hingga perusahaan dapat mempertahankan citra yang baik pada perusahaan yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pula.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara kekuatan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat dan berdasarkan observasi penulis selama melakukan penelitian di lapangan, terdapat beberapa saran, sebaiknya PR dalam department lebih dapat diperhatikan, karena sangat disayangkan jika peran PR di perusahaan dianggap sama dengan tugas sales marketing, dengan begitu peran PR tidak berfungsi dengan baik, karena PR sangat berperan penting dalam membangun citra perusahaan. Sebaiknya perusahaan membentuk sebuah Tim PR dalam perusahaan yang didalamnya terdapat orang-orang profesional, seperti (a) Photographer, (b)

Editing foto & video, (c) Protokoler, (d) PR Internasional, (e) PR media. Sehingga dengan kelengkapan tim khusus, tim dapat lebih kreatif dan berani melakukan perubahan dalam segala aspek tidak hanya dalam bidang promosi saja yang bertujuan agar perusahaan dikenal sebagai hotel yang berkualitas dan populer, selain itu akan muncul ide baru untuk meningkatkan hubungan perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan yang berpengaruh dengan citra perusahaan.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara keunikan asosiasi merek dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat, sebaiknya perusahaan tetap menjunjung tinggi budaya sunda dalam hotel karena hal tersebut menjadi aspek yang unik bagi wisatawan luar.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara citra yang berlaku dengan tingkat hunian kamar (*occupancy*) berada dalam kriteria sangat kuat, sebaiknya perusahaan terus memperhatikan dan mempertahankan citra perusahaan kepada tamu atau calon tamu karna hal ini terbukti sangat kuat dalam mempengaruhi tingkat hunian kamar yang menjadi pengaruh terbesar bagi pendapatan dan keberlangsungan hidup perusahaan.