

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam.
3. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam.
4. *Experiential Marketing*, *Brand Image*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Radisson Kota Batam.

5.2 Saran

Beberapa rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yaitu:

1. *Experiential Marketing* memberikan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan yang datang menginap. Dengan memberikan pengalaman baik yang mampu diingat oleh pelanggan maka akan membuat pelanggan loyal dan datang kembali untuk menginap.

2. *Brand Image* bisa dimanfaatkan oleh hotel sebagai nilai tambah ketika ingin menarik pelanggan untuk menginap.
3. *Customer Satisfaction* harus menjadi perhatian utama bagi hotel, karena tingginya tingkat persaingan, diharapkan hotel mampu mempertahankan kepuasan yang diberikan kepada pelanggan ketika menginap
3. Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel penelitian seperti *customer relationship management*, persepsi konsumen, yang merupakan tindak lanjut dari *customer loyalty*.
4. Hasil dari penelitian dapat memperkaya wawasan dan pengetahuan untuk beberapa factor seperti *experiential marketing*, *brand image*, *customer satisfaction*, *customer loyalty* dan sebagainya.