

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian serta pembahasan bab sebelumnya yaitu:

1. karakteristik responden jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan sebesar 56,3%, umur yang mendominasi yaitu 29-34 tahun 38,8%, pekerjaan yang mendominasi yaitu pegawai negeri/swasta sebesar 46,7%, jumlah kunjungan didominasi sebesar 3 kali yaitu sebesar 36,9%, dan alasan pembelian didominasi oleh *public relations* sebesar 80,6%.
2. H1 diterima dalam penelitian ini, yaitu *public relations* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro.
3. H2 ditolak dalam penelitian ini, yaitu citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro.
4. H3 diterima dalam penelitian ini, yaitu *public relations* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro.

5. H4 ditolak dalam penelitian ini, yaitu citra perusahaan tidak mampu memediasi pengaruh *public relations* dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro.

## **B. Saran**

Saran yang diajukan peneliti dan diharapkan dapat memberi manfaat bagi eL Hotel Yogyakarta -Malioboro dan peneliti selanjutnya, yaitu:

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan ditemukan bahwa *public relations* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro. Disarankan supaya perusahaan selalu mengoptimalkan potensi dan fenomena *public relations* hal tersebut diharapkan dapat mempertahankan citra perusahaan yang baik terhadap eL Hotel Yogyakarta – Malioboro.
- b. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro. Dari hasil tersebut disarankan untuk eL Hotel Yogyakarta – Malioboro dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, meskipun citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Fokus pada pengalaman pelanggan yang lebih baik, program loyalitas yang menarik, dan komunikasi yang efektif dapat membantu mencapai tujuan tersebut.

- c. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa *public relations* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada eL Hotel Yogyakarta – Malioboro. Adapun saran dari hasil penelitian ini adalah untuk selalu mempertahankan dan mengembangkan strategi *public relations* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, karena strategi yang tepat akan membantu hotel dalam membangun citra perusahaan yang positif dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.
  - d. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa citra perusahaan tidak mampu memediasi pengaruh *public relations* dan loyalitas pelanggan. Adapun saran dari hasil penelitian ini yaitu adanya peningkatan kualitas produk/jasa dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan dapat lebih efektif dalam membangun loyalitas pelanggan, karena pengalaman positif langsung dari pelanggan sangat berpengaruh untuk memperbaiki loyalitas pelanggan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar atau metode yang berbeda mungkin diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan signifikan secara statistik.