

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek Hotel RedDoorz Syariah di Jakarta. Semakin baik ulasan dan rekomendasi yang dibagikan konsumen secara online, semakin kuat persepsi positif masyarakat terhadap merek hotel. Selanjutnya, Relationship Marketing juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Pelayanan yang baik, komunikasi yang responsif, serta hubungan jangka panjang yang dibangun hotel dengan pelanggan terbukti meningkatkan citra merek di mata konsumen. Selain itu, Gaya Hidup Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek Hotel RedDoorz Syariah. Semakin tinggi kesesuaian layanan hotel dengan nilai-nilai syariah yang dianut konsumen, semakin meningkat pula citra merek hotel tersebut. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini E-WOM, Relationship Marketing, dan Gaya Hidup Halal berkontribusi dalam memperkuat citra merek Hotel RedDoorz Syariah dan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap layanan yang diberikan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan tantangan yang dihadapi selama proses pelaksanaannya, antara lain:

1. Ketersediaan data dan publikasi mengenai Hotel RedDoorz Syariah masih terbatas, sehingga ruang perbandingan dengan penelitian sebelumnya belum optimal dan menjadi tantangan dalam memperkuat landasan empiris penelitian.
2. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner Google Form, yang meskipun praktis namun memiliki keterbatasan sulitnya mengontrol kejujuran dan pemahaman responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan.

5.3 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya yang mengambil tema serupa, disarankan untuk menambahkan atau menggunakan variabel independen yang berbeda guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif terkait pembentukan citra merek hotel syariah. Selain itu, pendistribusian responden dapat diperluas agar tidak hanya terfokus pada kelompok usia tertentu, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan mencerminkan persepsi seluruh pengguna layanan hotel syariah.

2. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi regulator dalam menyusun kebijakan, pedoman, serta standar operasional terkait penyelenggaraan akomodasi syariah. Regulasi yang lebih jelas mengenai edukasi konsumen, tata kelola layanan berbasis syariah, hingga mekanisme pengawasan mutu dapat membantu menciptakan iklim industri perhotelan syariah yang aman, nyaman, dan sesuai prinsip Islam. Regulator juga dapat memperkuat program literasi halal agar masyarakat semakin percaya terhadap layanan hotel syariah.

3. Bagi Pelaku Hotel RedDoorz Syariah

a. Pihak manajemen RedDoorz Syariah

Manajemen Hotel RedDoorz Syariah disarankan untuk meningkatkan citra merek secara terarah dan berkelanjutan agar mencerminkan identitas syariah yang jelas, kepercayaan konsumen, serta pengalaman menginap yang positif. Upaya ini perlu diwujudkan melalui konsistensi penerapan prinsip syariah, peningkatan kualitas pelayanan, dan pengelolaan pengalaman tamu, tidak hanya melalui komunikasi pemasaran. Citra merek yang kuat dapat tercermin dari meningkatnya ulasan positif dan persepsi konsumen di platform daring, sehingga ulasan konsumen perlu dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi berkelanjutan agar nilai-nilai syariah benar-benar dirasakan dalam pengalaman menginap yang nyaman dan aman.

b. Pelaku industri perhotelan syariah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pelaku industri hotel syariah lainnya untuk memperhatikan faktor-faktor pembentuk citra merek. Peningkatan pelayanan, penguatan interaksi dengan pelanggan, serta penyediaan fasilitas yang sesuai prinsip syariah merupakan aspek penting untuk memperkuat citra hotel dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

4. Bagi masyarakat

Temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi bagi masyarakat dalam mempertimbangkan hotel syariah sebagai pilihan akomodasi. Konsumen dapat menjadikan ulasan online E-WOM, kualitas layanan, dan kesesuaian hotel dengan gaya hidup halal sebagai pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk menginap. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, konsumen dapat memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan nilai yang mereka anut.