

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Fisik terhadap *Brand Image* pada Rosa Hostel Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Brand Image Rosa Hostel. Aktivitas media sosial yang konsisten dan menarik seperti promosi visual, konten interaktif, dan testimoni pelanggan berkontribusi dalam membentuk citra positif hostel di mata konsumen, terutama wisatawan muda dan pengguna *platform* digital.
2. Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk *Brand Image* Rosa Hostel. Semakin baik pelayanan yang diberikan dari keramahan staf, kecepatan respons, hingga kenyamanan pelanggan semakin tinggi pula persepsi positif yang terbentuk terhadap brand hostel.
3. Fasilitas Fisik juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Brand Image. Fasilitas yang bersih, nyaman, estetik, serta mendukung kebutuhan tamu menjadi elemen penting dalam menciptakan kesan yang menyenangkan dan membangun loyalitas pelanggan.
4. Secara simultan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Fisik bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* Rosa Hostel Bandar Lampung. Ketiga variabel tersebut secara kolektif mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam pembentukan *brand image* Rosa Hostel, yang berarti pengelolaan ketiganya secara terpadu sangat menentukan keberhasilan strategi *branding* hostel.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada manajemen Rosa Hostel Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Rosa Hostel disarankan untuk mempertahankan serta meningkatkan performa media sosial melalui penyajian konten yang relevan, rutin, dan menarik secara visual. Strategi promosi berbasis influencer lokal atau review tamu dapat dimanfaatkan untuk memperkuat daya tarik dan jangkauan promosi digital hostel.
2. Manajemen perlu meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf secara berkala, khususnya dalam hal komunikasi interpersonal, penanganan keluhan, dan pemahaman budaya wisatawan. Pelibatan karyawan dalam diskusi operasional serta pemberian penghargaan terhadap pelayanan terbaik juga dapat meningkatkan motivasi kerja dan citra pelayanan.
3. Disarankan agar Rosa Hostel terus mengembangkan fasilitas fisik yang menunjang kenyamanan dan kepuasan tamu, misalnya melalui peremajaan fasilitas umum, peningkatan kualitas tempat tidur, atau penambahan spot-spot yang *Instagramable*. Penataan interior yang menarik dan bersih juga sangat mendukung pembentukan citra positif.
4. Rosa Hostel perlu menerapkan strategi terpadu yang mengintegrasikan penggunaan media sosial, peningkatan kualitas pelayanan, dan pemberahan fasilitas fisik secara berkelanjutan. Pendekatan holistik ini akan memperkuat identitas brand, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar melalui loyalitas pelanggan dan promosi dari mulut ke mulut.

Implikasi Teoritis:

- a. Penelitian ini memperkaya literatur dalam bidang manajemen pemasaran dan pariwisata, khususnya mengenai pengaruh media sosial, kualitas pelayanan, dan fasilitas fisik dalam membentuk *Brand Image* di sektor *hospitality*.
- a. Diharapkan penelitian lanjutan dapat mengembangkan model yang mengintegrasikan dimensi lain seperti kepuasan pelanggan, reputasi online, atau *customer engagement* untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

- b. Studi serupa dapat diterapkan pada hostel, homestay, atau akomodasi lainnya di wilayah pariwisata lain, guna menguji relevansi dan generalisasi hasil penelitian ini.

Implikasi Praktis:

- a. Meskipun semua indikator media sosial mendapat nilai di atas 3,50, indikator "Informasi terasa akurat dan dapat dipercaya" mencatat skor terendah, yaitu 3,50. Sebaliknya, interaksi antar tamu dan fitur ulasan mendapat skor tertinggi, masing-masing 4,22. Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap informasi, Rosa Hostel sebaiknya menampilkan ulasan asli tamu, konten visual nyata, dan label "ulasan terverifikasi". Target perbaikannya adalah menaikkan skor ke minimal 3,80 agar semua aspek media sosial lebih seimbang dalam membentuk brand image yang kuat.
- b. Kualitas pelayanan mendapat respons positif, terutama pada indikator Empathy (mean 4,27), Reliability (mean 4,22), dan Tangibles (mean 4,13). Namun, dua aspek yang masih perlu ditingkatkan adalah Responsiveness (mean 3,62) dan Assurance (mean 3,55). Rosa Hostel disarankan menetapkan standar respons maksimal 5 menit untuk permintaan tamu, serta melatih staf dalam komunikasi dan tindakan profesional agar pelanggan merasa lebih aman. Target peningkatan skor untuk keduanya adalah ke $\geq 4,00$ agar seluruh aspek pelayanan konsisten mendukung citra merek yang kuat.
- c. Fasilitas fisik dinilai baik, dengan semua indikator di atas mean 3,60, dan skor tertinggi pada penataan ruang tunggu (mean 3,98). Toilet dan charger gratis juga mendapat respons positif (mean 3,78–3,88). Namun, aspek keamanan parkir masih lemah (mean 3,65). Rosa Hostel perlu menambahkan CCTV, lampu di area parkir, dan pengaga malam. Tujuannya adalah meningkatkan kenyamanan dan keamanan, dengan target menaikkan skor keamanan parkir ke minimal 4,00.
- b. Secara umum brand image Rosa Hostel dinilai baik, dengan sebagian besar indikator di atas 3,50. Aspek penyelesaian masalah dan komunikasi unggul dengan skor di atas 4,00, menandakan kinerja staf yang positif. Namun, indikator inisiatif, kehadiran, dan disiplin masih lemah (di bawah 3,70). Disarankan untuk menerapkan sistem insentif kehadiran, pelatihan

peningkatan inisiatif, dan pemantauan jadwal kerja secara digital. Target peningkatan adalah membawa nilai-nilai tersebut ke kisaran 3,90–4,00 agar brand image lebih merata dan mencerminkan profesionalisme hostel.