BAB V

KESIMPULAN, LIMITASI PENELITIAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan judul penelitian yang penulis lakukan yaitun "Pengaruh *Organizational Career Management*, dan *Internal Branding* terhadap *Job Satisfaction* serta implikasinya terhadap *Brand Performance*; Telaah Pada Karyawan di Hotel Santika BSD City Serpong dan Hotel Santika Premiere ICE BSD City" menggunakan teknik analisis SEM, dengan hasil yang sudah ada maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari profil responden, mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
    a. dengan usia 22-25 tahun sebagai mayoritas dengan persentase % atau sebanyak 55 orang
    b. berjenis kelamin perempuan dengan persentase 52% jumlah 73 orang
    c. Pendidikan terakhir Diploma (D3) sebagai mayoritas dengan persentase 45% atau sebanyak 63 orang
    d. Dengan masa kerja antara dari 1-3 tahun sebagai mayoritas yang mengisi kuesioner dengan persentase sebesar 63,57% atau sebanyak 89 orang.
    e. Dengan karyawan level Staff sebesar 79% dengan jumlah 110 orang.
2. Berdasarkan dari hasil olah data responden nilai mean yang didapat untuk masing – masing variabel, yaitu *organizational career management* sebesar

5,44, *internal branding sebesar* 5,77, *job satisfaction* sebesar 5,80, dan *brand performance* sebesar 5,57 tergolong dalam kategori baik.

3. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan di Hotel Santika BSD City Serpong dan Hotel Santika Premiere ICE BSD City, dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *organizational career management* terhadap *job satisfaction* dengan *standard coefficient* +0.374 dan nilai *p-value* sebesar 0.000.
4. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan di Hotel Santika BSD City Serpong dan Hotel Santika Premiere ICE BSD City, dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *internal brandingt* terhadap *job satisfaction* dengan *standard coefficient* +0.483 dan nilai *p-value* sebesar 0.000.
5. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan di Hotel Santika BSD City Serpong dan Hotel Santika Premiere ICE BSD City, dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *job satisfaction* terhadap *brand performance* dengan *standard coefficient* +0.517 dan nilai *p-value* sebesar 0.000.

5.2 Limitasi Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Hipotesis yang mempengaruhi *brand performance* hanya terdiri dari satu hipotesis yaitu *pengaruh job satisfaction* terhadap *brand performance*, sedangkan dalam jurnal utama masih memiliki dua hipotesis yang berpengaruh terhadap *brand performance* yaitu

organizational career management terhadap *brand performance* dan *internal branding* terhadap *brand performance*

2. Adanya keterbatasan pengurangan pertanyaan dari variable *job satisfaction* yang membuat responden bingung terhadap pertanyaan yang diberikan.

5.3 Saran

5.3.1 *Saran Untuk Perusahaan*

Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan untuk Hotel Santika BSD City Serpong dan Hotel Santika Premiere ICE BSD City:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian variabel *organizational career support,* OCM3 memiliki nilai mean yang paling rendah dengan nilai 5,34 dengan bunyi Hotel memberikan pelatihan *(training*) untuk karyawannya. dari hasil *in depth interview* masih ada beberapa karyawan yang menyatakan bahwa karyawan masih merasa kurang dengan jam *training* yang di berikan hotel.

   Hal ini terbukti dengan adanya karyawaan yang tidak puas dengan pekerjaannya dan sedangkan menurut Nickels et, al (2016) *Training & Development* training adalah segala upaya yang perusahaan lakukan untuk meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan kemampuan karyawan. Dengan adanya *training* yang rutin dan dan dengan diberikan *mentoring* akan dapat membantu karyawan meningkatkan kemampuan kinerja mereka menjadi lebih baik dan mampu menberikan *brand promise* (Baruch dan Budhwar, 2008 dalam Seema, A. & Sujatha, S, 2013)

2. Berdasarkan hasil dari penelitian variable *Internal branding,* IB3 memiliki nilai mean yang paling rendah dengan 5,68 dengan bunyi Hotel melatih stafnya untuk memberikan layanan sesuai janji mereka kepada pelanggan. dari hasil *in depth interview* masih ada beberapa karyawan yang menyatakan bahwa *brand promise* belum ditransformasikan oleh karyawan menjadi kenyataan, Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai *program branding* yang selaras dengan visi, nilai, dan budaya organisasi yang nantinya dapat membangun *organizational brand* yang kuat dan karyawan mampu untuk transformasikan *brand promise* pada pekerjaannya. Hatch & Schultz (2008, dalam Dechawatanapaisal, 2018) Kemudian juga ada IB5 yang mimiliki *mean* yang sama dengan IB3 yaitu 5,68 dengan bunyi Hotel menginformasikan mengenai brand Hotel kepada karyawan melalui *daily briefing*. dari hasil *in depth interview* masih ada beberapa karyawan yang menyatakan mereka jarang diinformasikan pentingnya brand hotel pada saat *briefing* sehingga karyawan merasa brand hotel merupakan hal yang tidak begitu penting.

   Hal ini dapat dilakukan dengan Komunikasi atasan saat *briefing* yang harus lebih mengingatkan pentingnya brand hotel dan pelatihan yang efektif dan konsisten yang mencerminkan "*brand messages*" hal – hal berikut ini. Pertama, memungkinkan karyawan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai brand, dan untuk memahami wawasan brand. Kedua, meningkatkan kontrak psikologis antara organisasi dan karyawan individu. Ketiga, mendorong internalisasi nilai-nilai brand

karyawan. Pengetahuan akan suatu brand memungkinkan karyawan untuk memahami brand dan perilaku kerja yang diinginkan (Baumgarth & Schmidt, 2010, Matanda & Ndubisi, 2013, Punjaisri et al., 2009, dalam, Dechawatanapaisal, 2018).

3. Berdasarkan hasil dari penelitian variable *Internal branding,* JS4 memiliki nilai mean yang paling rendah dengan 5,63 dengan bunyi Saya merasa puas dengan gaji yang saya terima, dari hasil *in depth interview* masih ada beberapa karyawan yang menyatakan bahwa karyawan masih merasa kurang dengan gaji yang mereka terima, sedangkan menurut (Nickels et al., 2016*) compensation* dan *benefit* adalah alat pemasaran utama yang perusahaan gunakan untuk menarik karyawan yang berkualitas, sehingga jika gaji yang di terima dianggap kurang memuaskan maka hotel akan kesulita mencari karyawan baru dengan kualitas yang bagus.

Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pemberian gaji yang adil pada setiap karyawan denga sesuai performance yang sesuai, sehingga akan mendorong karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka untuk menjadi lebih baik, dan hotel akan menjadi daya tarik untuk calon karyawan baru yang berkualitas, Schermerhorn (2010).

4. Berdasarkan hasil dari penelitian variabel *Brand Performance,* BP1 memiliki nilai *mean* yang paling rendah dengan 5,54 dengan bunyi Saya dapat memenuhi tanggung jawab saya yang ada pada deskripsi pekerjaan. dari hasil *in depth interview* masih ada beberapa karyawan yang masih kesulitan untuk memenuhi tanggung jawab pada pekerjaan

mereka, hal ini dibuktikan ada karyawan yang selalu membutuhkan jam lebih untuk menyelasaikan pekerjaan mereka, hal ini dapat dilakukan dengan memberi *coaching* agar mereka dapat menyelesaikan pekerjaan mereka ketika ada masalah, dengan begitu kinerja karyawan juga akan lebih baik lagi dalam menyampaikan *brand value* hotel dalam konteks menciptakan Santika dengan gaya *Indonesian home*, Dessler (2015)

5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka penulis mengajukan beberapa saran bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitiannya dengan 1 hotel yang memiliki karyawan yang lebih banyak agar dapat mendapatkan hasil responden yang sesuai dengan kriteria sampling.
2. Peneliti selanjutnya dapat mencoba objek penelitian baru seperti rumah sakit, karena karyawan lebih sering berinteraksi dengan tamu.
3. Peneliti selanjutnya dalam menambah variable lebih untuk memperluas penelitian.