

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dibahas kesimpulan dan saran dari hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen pada Hotel X. Kesimpulan yang ditarik didasarkan dari tujuan penelitian yang terdapat pada Bab I. Sedangkan saran diberikan kepada pihak Hotel X agar kepuasan pelanggan di Hotel X dapat meningkat.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya pada Bab I, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan Hotel X saat ini adalah sebesar 1,306 dari skala 3.
2. Terdapat 10 atribut prioritas yang harus diperbaiki Hotel X untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Sepuluh atribut prioritas tersebut adalah kecepatan perbaikan masalah (A3), kenyamanan hotel (A9), penampilan fisik kamar hotel (A14), tampilan fisik hotel (A17), kebaruan peralatan hotel (A18), kemudahan birokrasi (A20), sikap karyawan dalam memberi layanan (A22), pemberian layanan secara gratis (A24), kebersihan kamar dan peralatan (A28), dan keamanan hotel (A31).
3. Terdapat 15 buah usulan perbaikan bagi atribut-atribut prioritas yang dapat digunakan Hotel X untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas jasanya. Usulan-usulan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.
  - a. Melakukan pergantian staf *engineering*
  - b. Melakukan sosialisasi kepada pelanggan oleh dan memasang himbuan di sekitar wilayah hotel
  - c. Membuat jadwal maintenance yang rutin pada bangunan hotel X
  - d. Menyediakan form kelengkapan pembersihan kamar yang dapat digunakan staf
  - e. Mengganti lampu di kamar dengan lampu LED

- f. Memberi informasi pada pelanggan bahwa terdapat kamar yang baru dan belum direnovasi
- g. Memberi sosialisasi pada pelanggan tentang renovasi bertahap, sehingga terdapat beberapa furnitur baru yang tidak senada dengan desain hotel saat ini
- h. Mengganti seluruh handuk yang digunakan di Hotel X
- i. Membuka saluran telepon baru dari kamar pelanggan ke bagian dapur
- j. Memindahtangankan proses *refund* pada resepsionis dengan pengawasan manajer
- k. Memberi teguran dan pelatihan yang lebih pada para karyawan
- l. Menyediakan form kelengkapan pembersihan kamar yang dapat digunakan staf
- m. Membuat jadwal pembersihan peralatan secara rutin
- n. Membuat perjanjian yang jelas dengan pihak *laundry*
- o. Menambah karyawan yang memiliki kualifikasi khusus untuk menjadi satpam
- p. Mengganti CCTV yang telah rusak dan melakukan perawatan secara rutin

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui terdapat sepuluh buah atribut yang berada di kuadran satu matriks IGA yang menjadi prioritas utama dalam melakukan perbaikan. Telah diberikan juga lima belas buah usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut prioritas tersebut. Maka Hotel X disarankan untuk menjalankan seluruh usulan perbaikan secara konsisten agar dapat terlihat peningkatan kualitas layanan yang diberikan Hotel X yang juga akan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Selain itu, masih terdapat juga atribut-atribut lain yang dapat diperbaiki agar kepuasan pelanggan Hotel X menjadi lebih maksimal. Setelah dilakukan perbaikan pada atribut-atribut yang berada di kuadran I matriks IGA, perbaikan dapat dilanjutkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran IV matriks IGA untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yang menginap di Hotel X.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of marketing*, 58(3), 53-66.
- Bloemer, J. M., & Kasper, H. D. (1995). The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty. *Journal of economic psychology*, 16(2), 311-329.
- BPS. (2018, April 20). Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung 2016. Diambil kembali dari BPS Kota Bandung: <http://bandungkota.bps.go.id>
- BPS. (2019, Juni 10). Tingkat Penghunian Kamar Hotel Jawa Barat April 2019 Sebesar 49,19 Persen. Diambil kembali dari BPS Kota Bandung: <http://bandungkota.bps.go.id>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2015). PPID Kota Bandung: Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Disbudpar Tahun 2010-2015. Diambil kembali dari PPID Kota Bandung: <https://ppid.bandung.go.id>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2017). Open Data Kota Bandung: Jumlah Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung. Diambil kembali dari Open Data Kota Bandung: <http://data.bandung.go.id>
- Elrado, M., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). Malang: Universitas Brawijaya.
- Gremler, D. D. (2004). The Critical Incident Technique in Service Research. *Journal of Service Research*, 7(1), 65-88. Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New York: Pearson.
- Keith, N.K., & Simmers, C.S. (2013). Measuring Hotel Service Quality Perceptions: The Disparity Between Comment Cards and LODGSERV. *Academy of Marketing Studies Journal*, 17(2), 119-131. Missouri: Missouri State University.

- Kementrian Parpostel. (1987). Keputusan Menteri Parpostel Nomor KM 94/HK103/MPPT 1987. Diambil kembali dari Peraturan BKPM: <https://peraturan.bkpm.go.id>
- Kabir, S. M. S. (2016). *Basic Guidelines for Research: An Introductory Approach for All Disciplines*. Chittagong: Book Zone Publication.
- Knutson, B., Wullaert, C., Patton, M., Stevens, P., & Yokoyama F. (1990). Lodgserv: A Service Quality Index for the Lodging Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 14(277).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lawson, F. R. (1976). *Hotels, Motels And Condominiums: Design, Planning and Maintenance*. London: Architectural Press LTD.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake" dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 6. No. 1. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Volume 64, Number 1 (hlm. 12-40).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Chichester: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiawan, N. (2005). "Teknik Sampling" dalam Diklat Metodologi Penelitian Sosial. Bogor: Departemen Pendidikan Nasional.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, E., & Sulartiningrum, S. (1996). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suwithi, N. W., & Boham, C. E. (2008). *Akomodasi Perhotelan Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekola Menengah Kejuruan.

- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tontini, G., & Picolo, J. D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality*, 20(6), 565-584.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. P. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12. Academy of Marketing Science.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Service Marketing*. Tata McGraw-Hill.