

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan berisi mengenai jawaban atas tujuan penelitian yang dilakukan dan saran akan diberikan pada Hotel X.

V.1 Kesimpulan

Dari pengolahan data yang dilakukan, dan dalam rangka menjawab tujuan penelitian yang dilakukan maka berikut merupakan kesimpulan yang diberikan terkait dengan penelitian yang telah dilakukan:

1. Berdasarkan hasil perhitungan *SERVQUAL score* yang didapatkan dalam mengukur kualitas layanan Hotel X, didapatkan bahwa semua atribut yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai *SERVQUAL score* negatif yang berarti bahwa performansi layanan Hotel X belum sesuai dengan harapan konsumennya. Sehingga kualitas layanan dari Hotel X saat ini buruk dan perlu dilakukan perbaikan.
2. Atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, berdasarkan metode IGA yaitu atribut yang terletak di kuadran I. Terdapat 9 atribut yang masuk dalam kuadran I, yaitu atribut menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas, atribut fasilitas yang dapat berfungsi dengan baik, atribut cepat dalam memperbaiki permasalahan, atribut pelayanan yang selalu tepat waktu, atribut kecepatan dalam melayani konsumen, atribut pekerja hotel yang berpengalaman, atribut pekerja hotel yang memiliki pengetahuan luas mengenai hotel ataupun hal lain, atribut resepsionis yang memiliki pengetahuan luas dalam hal reservasi ataupun menjawab pertanyaan konsumen, dan atribut pekerja hotel yang berlaku ramah dan sopan pada pengunjung.
3. Usulan yang diberikan terkait dengan atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, terdapat 18 usulan, yaitu memberikan kursus masak pada kepala koki, memfasilitasi proses belajar yang dilakukan oleh para koki,

kepala koki memberikan pengawasan dan pendampingan pada saat memasak, membuat catatan resep makanan yang dibuat, memberikan *visual display* mengenai himbauan untuk mencicipi makanan terlebih dahulu sebelum menyajikan makanan, melakukan servis berkala, membuat *form* pengecekan, penambahan *router*, penggantian paket internet, membeli produk dengan kualitas yang baik, memberikan pendampingan dan pelatihan, dilakukan evaluasi mingguan, menetapkan standar waktu pengerjaan, larangan terlambat *check out*, memberikan *reward* dan *punishment*, manajer memberikan informasi pada seluruh pekerja hotel, manajer membuat SOP reservasi kamar, dan usulan terakhir yaitu membuat slogan 3S (Salam, Senyum, Sapa). Dari 18 usulan yang diberikan, 16 usulan diterima sedangkan 2 usulan dipertimbangkan karena adanya keterbatasan waktu maupun biaya.

V.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada pihak Hotel X serta untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Hotel X dapat menggunakan penelitian yang telah dilakukan untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan Hotel X karena dari hasil penelitian yang dilakukan pihak Hotel X dapat mengetahui atribut-atribut mana yang perlu untuk dilakukan perbaikan dan diharapkan pihak Hotel X dapat menerapkan usulan-usulan yang telah diberikan oleh peneliti.
2. Penilaian terhadap kualitas layanan dari Hotel X dapat dilakukan kembali saat pihak hotel merasa bahwa terdapat banyak keluhan yang disampaikan oleh konsumen.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan penilaian kualitas tidak hanya menggunakan metode IGA maupun SERVQUAL, melainkan metode lain yang sesuai dengan karakteristik dari suatu perusahaan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Bridger, R. S. (1995). *Introduction to Ergonomics*. Singapore: McGraw-Hill.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. L., dan Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Howett, G. (1983). *Size of Letter Required for Visibility as A Function of Viewing Distance and Viewer Acuity*. Washington DC: National Bureau of Standards.
- Imam. (2016). Kunjungan Wisatawan Asing Naik 75%. *Kabar Cirebon*. 22 Januari 2017. Diakses dari : <http://www.kabar-cirebon.com/read/2016/01/kunjungan-wisatawan-asing-naik-75/>
- Jainuri, M. (2015). *Skala Pengukuran*. 5 Juni 2017. Diakses dari : https://www.academia.edu/5077784/Skala_Pengukuran
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M., and Fumitoy, Y. (1990). LODGSERV: A Service Quality Index For The Lodging Industry. *Journal of Hospitality and tourism research*. 277-284. doi: 10.1177/109634809001400230
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. and Gary A. (1996). *Principles Of Marketing*, Seventh Edition, International Edition, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Mitra, A. (1998). *Fundamentals of Quality Control and Improvement, Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Olsen, S. O. (2002). Comparative Evaluation and the Relationship Between Quality, Satisfaction, and Repurchase Loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3), 240-249.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Prasetyo, B. (2016). Hingga Mei 2016, Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Capai 4,33 Juta. *Tempo.co*. 22 Januari 2017. Diakses dari :

<https://m.tempo.co/read/news/2016/07/30/090791875/hingga-mei-2016-jumlah-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-capai-4-33-juta>

Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Bandung: Nitramedia.

Sugiyono, P. D. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sutalaksana, I. Z., Ruhana, A., & Jann, H. T. (1979). *Teknik Tata Cara Kerja*. Laboratorium Tata Cara Kerja dan Ergonomi: Bandung: Departemen Teknik Industri ITB.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tontini, G. & Picolo, J.D. (2010). *Improvement Gap Analysis. Managing Service Quality*, Vol.20 (6), 565-584.

Zeithaml, V. and Bitner, M. (2003) *Service Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. McGraw-Hill, New York.