

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari analisis di bab 5 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini merasa puas atas kinerja layanan yang diberikana Sheo Resort Hotel di Kota Bandung dan dinilai baik. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Harapan

Berdasarkan tabel 5.24 yaitu mengenai rekapitulasi nilai rata-rata harapan berdasarkan urutan pernyataan yang sudah di peringkatkan, didapatkan 3 nilai tertinggi yaitu:

1. Pada nilai rata-rata 4,49 yaitu membawakan barang konsumen yang akan menginap di hotel, yang berada pada interval 4,20 – 5,00, dan dikategorikan sangat penting.
2. Nilai rata-rata harapan berdasarkan urutan pernyataan tertinggi kedua ada pada 4,36 yaitu hotel melayani tamu selama 24 jam, yang berada pada interval 4,20 – 5,00 dan dikategorikan sangat penting.
3. Nilai rata-rata harapan berdasarkan urutan pernyataan tertinggi ketiga ada pada 4,32 yaitu karyawan hotel memberikan sikap yang ramah kepada

konsumen yang datang ke hotel, yang berada pada interval 4,20 – 5,00 dan dikategorikan sangat penting.

6.1.2 Kinerja

Pada tabel 5.42 rekapitulasi rata-rata kenyataan berdasarkan peringkat, maka diambil 3 pernyataan dengan nilai tertinggi yaitu:

1. Karyawan Sheo Resort Hotel memberikan sikap yang ramah kepada konsumen yang datang ke hotel dengan nilai 4,56. Angka tersebut berada pada interval 4,20 – 5,00 dengan kategori sangat baik. Pihak hotel menerapkan sikap profesional dari masing masing karyawannya. Dengan memperhatikan dan memberikan pelatihan kepada setiap karyawan untuk memaksimalkan kepedulian karyawan terhadap konsumen. Sheo Resort hotel pun memberikan masukan atau ulasan kepada karyawannya dalam bersikap.
2. Membawakan barang konsumen yang akan menginap di Sheo Resort Hotel dengan nilai 4,53. Angka tersebut berada pada interval 4,20 – 5,00 dengan kategori sangat baik. . Karyawan Sheo Hotel memiliki sikap peduli terhadap konsumen yang akan menginap dengan cara membantu membawakan barang yang hendak dibawa konsumen menuju kamar yang telah dipesan.
3. Sheo Resort Hotel melayani tamu 24 jam dengan nilai 4,40. Angka tersebut berada pada interval 4,40 – 5,00. Nilai tersebut berada pada kategori sangat baik. Kategori sangat baik itu menunjukkan bahwa pihak hotel memberikan upaya maksimal terhadap konsumen. Dengan menunjukkan kinerja yang cepat tanpa membiarkan konsumen menunggu pada jam BERAPAPUN.

6.1.3 Kepuasan

Berdasarkan tabel 5.44 rekapitulasi skor kepuasan berdasarkan peringkat terdapat 3 nilai tertinggi yaitu:

1. Fasilitas di kamar Sheo Resort Hotel modern dengan nilai 0,82, yang artinya konsumen puas dengan fasilitas di kamar Sheo Resort Hotel yang modern. Didalam kamar Sheo Resort Hotel terdapat TV LCD terbaru disertai dengan siaran TV yang lengkap, fasilitas WIFI, mini bar yang memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Skor kepuasan dengan peringkat kedua yaitu sebesar 0,81 yang artinya konsumen puas dengan eksterior kamar Sheo Resort Hotel. Nuansa kayu dengan kombinasi warna coklat tua dan muda yang diberikan pihak hotel dapat membuat konsumen merasa nyaman ketika beristirahat. Ada juga faktor yang dapat memaksimalkan ekspektasi konsumen terhadap kenyamanan kamar, faktor tersebut adalah gambar eksterior kamar yang ditampilkan dimedia iklan sesuai dengan harapan konsumen.
3. Skor kepuasan dengan peringkat ke tiga yaitu sebesar 0,74 yang artinya konsumen puas dengan interior lobby Sheo Resort Hotel, hotel pun ikut serta dalam memberikan suasana nyaman yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap Sheo Resort Hotel. Lobby hotel difasilitasi dengan ruang tunggu yang lapang dilengkapi dengan sofa, lokasi kolam renang yang dapat dilihat langsung dari lobby, serta suasana hotel yang asri. Suasana hotel yang asri memberikan suasana lingkungan menjadi sejuk dan tentunya meningkatkan kenyamanan bagi konsumen.

Berdasarkan tabel 5.44 rekapitulasi skor kepuasan berdasarkan peringkat terdapat juga 2 nilai terendah yaitu:

1. Hotel melayani tamu 24 jam dengan nilai 0,04. Meskipun berada di nilai urutan terendah tetapi nilai dari pernyataan tersebut positif yang artinya konsumen puas terhadap layanan 24 jam yang diberikan hotel.
2. Membawakan barang konsumen yang akan menginap di hotel dengan nilai 0,04. Meskipun berada di nilai urutan terendah tetapi nilai dari pernyataan tersebut positif yang artinya konsumen puas terhadap pelayanan pihak hotel berupa perhatian khusus untuk membawakan barang dari konsumennya.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan didapati 2 nilai paling rendah maka penulis memberikan beberapa pemikiran yang dapat dijadikan masukan kepada Sheo Resort Hotel agar dapat menjadi lebih baik lagi

- Pelayanan yang diberikan oleh Sheo Resort Hotel menunjukkan hasil positif dimana konsumen merasa puas mengenai pelayanan yang diberikan. Dengan hasil positif yang didapat dari konsumen, pihak hotel harus mempertahankan pelayanan yang baik serta memaksimalkan nilai tambah itu sendiri. Aspek tersebut mencakupi keramah tamahan, kesopanan serta pelayanan secara maksimal oleh staff hotel terhadap konsumen. Memberikan maksimal itu pun meliputi sikap ketanggapan dan keperdulian staff hotel terhadap konsumen, contohnya adalah membantu konsumen yang membutuhkan bantuan seperti barang barang yang hendak dibawa konsumen.

- Selain fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang baik, Sheo Resort Hotel pun harus mempertahankan kebersihan. Suasana nyaman tanpa didukung oleh kebersihan yang baik akan mengurangi kepuasan konsumen terhadap hotel tersebut. Oleh karena itu pihak hotel tetap harus memperhatikan kebersihan dan memaksimalkan faktor itu untuk menciptakan suasana nyaman dan memberikan kepuasan maksimal bagi konsumennya.
- Berdasarkan skor terendah di tabel rekapitulasi peringkat kepuasan, aspek pelayanan harus lebih diperhatikan. Dalam memperhatikan dan meningkatkan aspek pelayanan tersebut ada beberapa hal yang harus diperhatikan, pihak hotel dapat menciptakan suatu simulasi dimana seluruh karyawan hotel diberikan pengarahan dan pelatihan / praktek (dalam memberikan pelayanan yang cepat dan maksimal kepada seluruh konsumen).

Pihak manajemen Sheo resort hotel diharapkan dapat terus melakukan perbaikan-perbaikan dalam melayanii konsumen agar dapat terus bersaing dengan hotel – hotel lainnya. Selain itu dengan melakukan perbaikan – perbaikan, konsumen dapat merasa sangat terpenuhi harapannya dengan pelayanan yang diberikan Sheo Resort Hotel sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumennya.

Daftar Pustaka

Fandy, T. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

Gronroos. (2000). *Service Management and Marketing*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.

Kotler, K. &. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education INC.

Richard F. Gerson, P. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Victory Jaya Abadi.

Sallis, E. (2006). *Total Quality Management in Education*. Yogyakarta: IRCiSoD.

Sevilla, C. (2007). *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.