

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh setelah dilakukan pengolahan data dan saran yang dapat diberikan berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan.

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

Berdasarkan analisis dari penelitian yang dilakukan di Hotel X dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Didapatkan atribut kepuasan yang digunakan dalam penelitian tentang permasalahan kepuasan konsumen Hotel X sebanyak 30 atribut sebagai berikut.
  1. Berfungsinya peralatan
  2. Kekonsistenan dan keandalan pekerja
  3. Kecepatan penyelesaian masalah
  4. Ketepatan waktu pelayanan
  5. Pekerja terlatih dan memiliki pengalaman
  6. Kenyamanan pelanggan
  7. Pengetahuan resepsionis
  8. Kecepatan pelayanan
  9. Kebersediaan memenuhi permintaan khusus pelanggan
  10. Pelanggan merasa spesial dan dihargai
  11. Pemberlakuan regulasi
  12. Perasaan simpati pada pelanggan
  13. Kepekaan terhadap permintaan pelanggan
  14. Jam operasional hotel
  15. Kemampuan pekerja mengantisipasi kebutuhan pelanggan
  16. Penampilan pekerja
  17. Kebersihan kamar
  18. Pemberian *complimentary service*
  19. Kualitas makanan dan minuman yang disajikan

20. Tampilan kamar secara visual
  21. Kesesuaian dekorasi dengan konsep
  22. Tampilan dan kenyamanan *public area*
  23. Peralatan yang mengikutin perkembangan zaman
  24. Tampilan fisik makanan dan minuman yang disediakan
  25. Variasi menu makanan dan minuman yang disajikan
  26. Jumlah kapasitas restoran/ bar
  27. Lokasi hotel
  28. Kelengkapan fasilitas kamar
  29. Kenyamanan kamar
  30. Kemampuan menyediakan menu yang menyehatkan
2. Matriks *improvement gap analysis* (IGA) adalah metode analisis kuadran dimana hasil pemetaan matriks dapat memberikan prioritas perbaikan untuk atribut penelitian. Kuadran I menjadi prioritas diberikannya usulan perbaikan. Atribut yang berada di kuadran I adalah atribut ke-1 yaitu berfungsinya peralatan, atribut ke-7 yaitu pengetahuan resepsionis, atribut ke-17 yaitu kebersihan kamar, atribut ke-18 yaitu kemampuan untuk memberikan *complimentary service*, atribut ke-19 yaitu kualitas makanan dan minuman yang disajikan, atribut ke-23 yaitu peralatan yang mengikuti perkembangan zaman, atribut ke-25 yaitu variasi menu makanan dan minuman dan atribut ke-29 yaitu kenyamanan kamar.
3. Atribut yang berada di kuadran I menjadi prioritas dalam pemberian usulan perbaikan. Usulan perbaikan yang diberikan untuk seluruh atribut tersebut adalah berikut.
1. Pembuatan jadwal *maintenance*
  2. Penentuan standar batas maksimal umur pakai peralatan
  3. Pemberian *reward* kepada karyawan
  4. Menugaskan *supervisor* untuk mendampingi
  5. Pemberian *training* untuk karyawan
  6. Pembuatan *list* pekerjaan yang dilakukan
  7. Pengecekan ulang oleh *supervisor*
  8. Menambah jumlah fasilitas *complimentary*

9. Merenovasi fasilitas ibadah
10. Menyediakan *welcome drink*
11. Pembuatan *job routing*
12. Melakukan kontrol *supplier* secara berkala
13. Memberikan label pada penempatan bahan makanan
14. Lebih terbuka dengan perkembangan teknologi
15. Memasukan harga *breakfast* kedalam harga kamar
16. Penggantian lampu yang digunakan menjadi lebih terang
17. Pembuatan ventilasi untuk sirkulasi udara

## **V.2 Saran**

Berikut adalah saran yang dapat diberikan peneliti untuk Hotel X dan penelitian selanjutnya. Saran untuk Hotel X yaitu:

1. Melakukan peninjauan akan performansi pelayanan yang diberikan kepada konsumen secara berkala.
2. Menerapkan usulan perbaikan yang telah dirancang untuk meningkatkan kepuasan konsumen Hotel X.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah dengan mengimplementasikan usulan perbaikan dan melihat berapa besar pengaruh usulan perbaikan yang diajukan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Covey, S. (1989). *The Seven Habits of Highly Effective People*. New York: Free Press.
- Dabholkar, P.C., Shepherd, D., & Thorpe, D. (2000). A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical concept and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*. Doi: 10.1016/S0022-4359(00)00029-4
- Doyo, P. (1998). *Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gundersen, M.G., Heide, M., Olsson, U.H. (1996). *Hotel Guest Satisfaction Among Business Travelers*.
- Hoffman, K. D., dan Bateson, J.E.G. (2011). *Service Marketing: Concept, Strategies and Cases*. South Western College.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. & Yokoyama, F. (1990). Lodgserv: A Service Quality Index For The Lodging Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Doi: 10.1177/109634809001400230
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business*. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Taylor, Celuch & Goodwin. (2004). The Importance of Brand Equity to Customer Loyalty. *Journal of Product and Brand Management* Vol.13 No.4.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tontini, G. & Picolo, J.D. (2010). Improvement Gap Analysis. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Umar, H. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi 3. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of The Academy of Marketing Science*. Doi: 10.1177/0092070393211001
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J. (2000) *Service Marketing: Integrating Customer Focus The Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.